

Вера Верес

МОЙ НОВЫЙ ГАРДЕРОБ

От определения потребностей
до готовых гардеробных капсул
и нужного впечатления



Вера Верес

**Мой новый гардероб. От
определения потребностей
до готовых гардеробных
капсул и нужного впечатления**

*<https://litres.ru/74005054>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Обязательно прочитайте раздел "О книге" (он в открытом доступе), где приведен список вопросов, на которые вы получите ответы в этой книге. Книга "Мой новый гардероб" — практическое руководство по созданию работающего гардероба, в котором всегда есть что надеть для достижения разных жизненных целей. Вы научитесь определять свои реальные гардеробные потребности, планировать одежду для каждой сферы жизни и управлять впечатлением с помощью визуальных кодов, чтобы выглядеть уместно и современно. Вместо теории о мифическом базовом гардеробе вы получите полный алгоритм создания гардеробных капсул: от анализа ее назначения и построения цветовой палитры до сочетания вещей и украшений, чтобы получать максимум готовых образов при минимуме одежды.

Содержание

О КНИГЕ	4
ГАРДЕРОБНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ	14
Как определить гардеробные потребности	18
Требования к образам для каждого сценария выхода	28
КАК УПРАВЛЯТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ ОТ ОБРАЗА	43
Визуальная культура, этикет и дресс-код	43
Уместность	46
Визуальные коды образа	66
Роль контекста в считывании визуальных кодов	74
Какие элементы и как влияют на визуальный код	78
Конец ознакомительного фрагмента.	100

Вера Верес
Мой новый гардероб.
От определения
потребностей до готовых
гардеробных капсул и
нужного впечатления
О КНИГЕ

Эта книга поможет определить ваши реальные гардеробные потребности и понять, какие образы должны закрывать работу, повседневную жизнь, встречи, отдых и другие важные для вас ситуации, а также какое впечатление они должны производить.

Вы разберетесь, как хотите выглядеть на самом деле в разных ситуациях, отделив свои желания от навязанных стереотипов, и сформируете личные критерии выбора одежды. Это позволит перестать покупать вещи без ясного понимания, зачем они нужны именно вам, и двигаться к более цельному персональному стилю.

Книга дает пошаговый алгоритм создания гардеробных капсул, которые позволяют получать больше готовых образов без увеличения количества вещей. Вы перестанете тратить время на бесконечные переодевания, потому что в капсуле уже будут заранее продуманные комплекты для разных жизненных ситуаций. Гардероб станет системным и управляемым: его будет легче достраивать и обновлять.

Вы научитесь управлять визуальными кодами образов, чтобы выглядеть современно, дорого и визуально моложе, а не создавать дешевое, старомодное или неуместное впечатление.

Вы разберётесь, какие задачи выполняют базовые вещи, почему без них даже дорогие и трендовые элементы могут выглядеть негармонично и как находить вещи, которые легко встраиваются во множество разных образов.

Вы поймёте, что такое акценты, где они могут находиться в образе и как с их помощью управлять восприятием внешности — через одежду, обувь, сумки, украшения и другие детали.

НА КАКИЕ ВОПРОСЫ ВЫ НАЙДЕТЕ ОТВЕТЫ В ЭТОЙ КНИГЕ?

Определение гардеробных потребностей

● Как определить свои гардеробные потребности и создать работающую систему гардероба?

● Как понять, какая одежда действительно нужна для разных жизненных ситуаций?

● Какие важные критерии многие не учитывают при планировании гардероба?

● Как спланировать гардероб так, чтобы отсутствие подходящей одежды не ограничивало ваши планы и возможности?

● Когда нужна полноценная гардеробная капсула, а когда – только пара готовых образов?

● Как определить, сколько готовых образов для каждой сферы жизни вам нужно на самом деле?

● Как увидеть слабые места гардероба? Как понять, для каких жизненных ситуаций образов не хватает или совсем нет?

● Как выглядеть уместно в разных жизненных ситуациях? Как с помощью одежды формировать нужное впечатление о себе?

● Как понять, каким вам действительно хочется видеть свой внешний образ? Как отделить свои желания от навязанных представлений о “правильном” стиле?

УПРАВЛЕНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ

● Что такое визуальные коды образа? Почему одежда никогда не бывает нейтральной и всегда что-то говорит о человеке?

● Как знание визуальных кодов помогает осознанно формировать свой образ и управлять впечатлением?

● Почему конфликт визуальных кодов мешает создавать гармоничные и визуально дорогие образы?

● Как создается визуальный код образа и почему одна вещь не определяет впечатление целиком?

● Как понимание визуальных кодов помогает взрослым женщинам выглядеть современно, свежо и привлекательно, без ощущения, что они "молодятся"?

● Как визуальные коды помогают разобраться в модных трендах и понять, на какие стоит обратить внимание, а какие лучше игнорировать?

● Из каких 8 ключевых элементов складывается визуальный код образа?

● 6 визуальных кодов возраста, которые влияют на восприятие молодости, зрелости, авторитетности и психологического возраста.

Разобраны: детский (инфантильный), подростковый (незрелый), юношеский, молодежный, взрослый/зрелый, возрастной/пожилой визуальные коды.

● 11 социальных визуальных кодов, которые помогают понимать контекст ситуации, выглядеть уместно и избегать грубых ошибок в образе.

Разобраны: домашний, повседневный, дорожный/путешествий, деловой, профессиональный, вечерний, торжественный, спортивный, утилитарный, пляжный, курортный визуальные коды.

● 5 эмоциональных визуальных кодов, которые помогают управлять впечатлением, женственностью, привлекательностью и подачей образа

Разобраны: женственный, романтический, сексуальный, гламурный, драматический.

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ, БАЗОВЫЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ И КАПСУЛЬНЫЙ ГАРДЕРОБ

● Как понять, какой вид гардероба лучше подходит под ваш образ жизни?

● Почему "универсальный базовый гардероб" часто существует только в теории, а попытки его создать приводят к разочарованию и бесполезным расходам?

● Почему из минималистичного гардероба получаются однообразные образы?

● Какие признаки выдают нефункциональный гардероб и что мешает ему работать в реальной жизни?

● Что такое функциональный гардероб и чем он отличается от так называемого "базового"?

● Почему даже большой гардероб может давать мало готовых образов?

● Что такое капсульный гардероб и чем он отличается от функционального?

● Как устроен капсульный гардероб и почему вещи в нем работают как система?

● Как получать больше готовых образов из разумного набора вещей?

ЧТО ТАКОЕ ГАРДЕРОБНАЯ КАПСУЛА И ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА

● Полный алгоритм планирования гардеробной капсулы:

от анализа гардеробных потребностей до построения работающей системы.

- Что такое гардеробная капсула и как она работает?

- Почему капсула помогает сократить количество бесполезных покупок?

- По каким принципам строится работающая гардеробная капсула?

- В чем отличия гардеробной капсулы от обычного гардероба?

- Как гардеробная капсула дает много готовых образов даже из небольшого количества вещей?

- Сколько капсул может быть в одном гардеробе и от чего это зависит?

- В чём разница между подходом «минимум вещей» и «достаточное количество вещей»?

- Как внутри капсулы достигается гармония по цветам, пропорциям и фактурам?

- Почему стоит учиться создавать гардеробные капсулы самостоятельно, а не брать готовые варианты у блогеров?

- Как понять, с каких сфер жизни и сценариев выхода стоит начинать создание гардеробных капсул?

КАК УСТРОЕНА ГАРДЕРОБНАЯ КАПСУЛА ИЗНУТРИ

- По какой логике сочетаются между собой одежда, обувь и аксессуары внутри гардеробной капсулы?

- Как понять, что гардеробная капсула устойчива и под-

ходит для реальной жизни?

● Какие категории вещей должны быть в гардеробной капсуле и какую задачу выполняет каждая из них?

● Каких категорий вещей должно быть больше, а каких - меньше в гардеробной капсуле и почему?

● Какие роли играют разные вещи внутри гардеробной капсулы?

● Как понять, сколько вещей должно быть в гардеробной капсуле и от чего это зависит?

● С чего на практике начинается построение гардеробной капсулы?

● Как правильно добавлять новые вещи в уже созданную капсулу?

● Какие ошибки мешают гардеробной капсуле закрывать реальные гардеробные потребности?

ЦВЕТА И ПРИНТЫ В ГАРДЕРОБНОЙ КАПСУЛЕ

● Из каких четырех цветовых групп должна состоять цветовая палитра гардеробной капсулы?

● Какие задачи выполняет каждая цветовая группа внутри гардеробной капсулы?

● Что такое базовые и акцентные цвета на самом деле? К чему приводит их избыток или недостаток в капсуле?

● Какие цветовые группы чаще всего недооценивают при создании капсулы и почему из-за этого образы выглядят тяжелыми, скучными или визуально плоскими?

● Какие существуют 10 цветовых схем капсулы? В чем их

преимущества и риски?

● Как правильно распределять цвета по категориям одежды, обуви и аксессуаров внутри гардеробной капсулы?

● Как создать гардеробную капсулу в нейтральных оттенках? Когда она будет выглядеть эффектно и дорого, а когда – скучно и дешево?

● Как должна отличаться цветовая палитра летней, зимней и нарядной гардеробной капсулы?

● Почему принты могут разрушать сочетаемость гардеробной капсулы и как этого избежать?

● На каких категориях вещей принты работают лучше всего, а где резко снижают сочетаемость капсулы?

УКРАШЕНИЯ В ГАРДЕРОБНОЙ КАПСУЛЕ

● В чем ключевой подход в подборе украшений для гардеробной капсулы и чем он отличается от подбора одежды, обуви и сумок?

● Какие задачи должны выполнять украшения в капсуле, кроме украшения образа?

● Как устроена система украшений внутри капсулы: основа и дополнения?

● Сколько и каких украшений должно быть в гардеробной капсуле?

● Какие 6 критериев важно учитывать при выборе украшений для гардеробной капсулы?

● Какие ошибки чаще всего мешают украшениям стать частью работающей гардеробной капсулы?

БАЗОВЫЕ ВЕЩИ В ГАРДЕРОБЕ

● Почему базовые вещи называют фундаментом гардероба и как они помогают создавать гармоничные образы?

● 10 основных признаков, по которым можно определить действительно базовую одежду, обувь и аксессуары.

● 4 главных требования, которым должны отвечать базовые вещи в работающей гардеробной капсуле.

● 5 распространенных заблуждений о базовых вещах, в которые многие до сих пор верят.

● Когда вещи ярких и сложных цветов могут быть базовыми, а когда – нет?

● Почему базовые вещи не обязаны быть классическими, но не должны выглядеть слишком трендовыми?

● Какая распространенная ошибка больших и дорогих гардеробов? Почему базовые вещи нужны даже состоятельным модницам?

● Нужно ли обновлять базовые вещи и как часто это стоит делать?

АКЦЕНТЫ В ОБРАЗЕ И АКЦЕНТНЫЕ ВЕЩИ

● Что такое акцент в образе и как он управляет вниманием окружающих?

● Правда ли, что акцент – это не обязательно вещь яркого цвета? 11 основных видов акцентов в образе.

● Почему акценты нужны не только для красоты? 5 ключевых задач и 7 функций акцентов в образе.

● Почему акцент и "изюминка" в образе – это не одно и

то же? В чем их ключевые отличия?

● Как создаются по-настоящему статусные акценты в образе?

● Как расположение акцентов в разных зонах образа влияет на восприятие внешности и композицию?

● В чем отличия акцентной одежды от акцентной обуви и сумок?

● 12 ситуаций, когда роль акцента в образе лучше отдавать сумке, а когда — обуви.

● 18 самых частых ошибок при добавлении акцентов в образ.

● Как акцентные вещи помогают выглядеть стильно без сложных трендовых стилизаций?

ГАРДЕРОБНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Что такое гардеробные потребности ?

Проблема большинства гардеробов возникает не на этапе покупки вещей, а намного раньше — на этапе неправильно-го определения того, какая одежда на самом деле нужна. Если гардеробные потребности определены ошибочно, дальше все строится на неверной основе: покупаются не те вещи, не в том количестве, не под те сценарии выхода. В результате из всей купленной одежды носится только ее небольшая часть.

Гардеробные потребности опираются на образ жизни человека, типичные жизненные сценарии и социальные роли. Они определяют, какие именно категории одежды, в каком количестве, уровне формальности (официальности) и стиле должны присутствовать в гардеробе, чтобы он эффективно работал в реальной жизни.

Другими словами, гардеробные потребности — это ответ на вопрос: какая одежда и в каком количестве действительно нужна человеку для его жизни.

Типичная ошибка - определять гардеробные потребности по принципу "мне эта вещь понравилась". Например, кому-то нравятся джинсы, свитеры, кроссовки, мягкие ткани, расслабленный силуэт. Однако, симпатия к определенным

вещам еще не означает, что они отвечают реальным потребностям в одежде для разных сфер жизни.

Типичная ситуация: женщина любит только повседневную одежду (джинсы, трикотаж, кроссовки, рюкзаки), но при этом много времени проводит в офисе, где ей важно выглядеть официально, авторитетно и более статусно. Если она ориентируется только на свои симпатии в одежде, в ее гардеробе будет перекос в сторону джинсов и удобной обуви с явным недостатком качественных деловых костюмов и обуви более высокого уровня.

Поэтому сначала определяются реальные гардеробные потребности, а уже потом одежда покупается с учетом вкуса, возраста, фигуры, внешности и стилевых предпочтений конкретного человека.

Будет ошибкой подменять понятие "не хватает эмоций" на "нужна новая одежда". Иногда человеку кажется, что ему нужна определенная одежда, но на самом деле ему нужны эмоциональные переживания, которые он рассчитывает получить через новые покупки.

Например, женщина хочет чувствовать себя роскошной, женственной, стать какой-то другой; хочет компенсировать через одежду усталость, возрастные переживания, неуверенность, скучную жизнь. Тогда она думает, что ей нужны платья, каблуки, дизайнерские сумки, яркие украшения. Но в основе ее желания лежит потребность не в новой одежде, а в эмоциональной компенсации.

Это не плохо: одежда действительно может поддерживать состояние. Однако важно различать эмоциональный запрос и реальную потребность, иначе гардероб потеряет системность и станет беспорядочным набором несвязных между собой вещей.

В процессе определения гардеробных потребностей критерии выбора одежды и аксессуаров для эмоциональной поддержки также учитываются, но на самом последнем этапе.

О чем важно помнить:

● Гардеробные потребности формируются на основании реального образа жизни. Например, если человек ежедневно работает в офисе с деловым дресс-кодом, то деловая одежда будет составлять значительную часть его гардероба, независимо от того, любит он ее или нет.

● Гардеробные потребности определяют структуру гардероба. Они показывают, какие группы вещей должны быть базовыми, а какие — второстепенными. Например, у одного человека основой гардероба будут деловые костюмы, у другого — повседневная городская одежда, у третьего — вещи для активного отдыха.

● Анализ гардеробных потребностей позволяет избежать хаотичных покупок. Когда человек понимает, какие задачи должен решать его гардероб, он покупает вещи целенаправленно для конкретных сценариев выхода.

Поэтому в профессиональной работе стилиста анализ гардеробных потребностей всегда является первым этапом на-

чала работы с клиентом. Только после этого можно переходить к выбору стиля, цветовой гаммы, фасонов и конкретных вещей.

Результатом определения гардеробных потребностей должна стать "Карта гардеробных потребностей" в виде таблицы или списка. Она показывает, какие готовые образы и в каком количестве необходимы для разных сфер жизни.

Как определить гардеробные потребности

АНАЛИЗ ОБРАЗА ЖИЗНИ

Типичная ошибка - начинать формирование гардероба с перечня вещей и аксессуаров, которые, как вам кажется, нужно купить: "Мне нужны джинсы, юбка, футболка, лоферы". Когда человек мыслит только категориями одежды, он получает хаотично собранный гардероб с избытком вещей для одних сценариев выхода и недостатком для других.

Правильный вопрос звучит не "Какие вещи должны быть в гардеробе?", а "Для каких сценариев выхода и в каком количестве нужны готовые образы?", а также "Каким требованиям они должны отвечать?" (уместность, уровень формальности, впечатление).

Вторая частая ошибка возникает тогда, когда человек хочет максимально упростить себе задачу и сразу ищет универсальные вещи, которые он сможет использовать в образах для разных сценариев выхода.

Например, он хочет сразу найти универсальное платье "и в гости, и на работу, и в театр", универсальную пару обуви "и под брюки, и под джинсы, и на праздник", универсальную сумку "и на каждый день, на встречу, на выход, и в поездку".

Да, действительно, гардероб не должен быть бесконечным и часть одежды будет прекрасно работать для разных целей,

особенно если речь идет о базовых вещах. Но это должно быть следствием правильных действий по определению гардеробных потребностей, а не отправной точкой.

Профессиональная методика создания гардероба строится сначала вокруг анализа реального образа жизни человека, и только после этого подбираются конкретные вещи.

Анализ образа жизни — это базовый этап, без которого невозможно определить реальные гардеробные потребности. На этом этапе необходимо **определить и зафиксировать в виде перечня все сценарии выхода, для которых вам нужны готовые образы.**

Для удобства эти сценарии группируются по основным сферам жизни (работа, отдых, любовь, семья, свободное время, путешествия) и по климатическим сезонам. Причем под "сезоном" имеется в виду не календарная осень или зима, а то время, когда вы плюс-минус одеваетесь для одной погоды. У кого-то таких сезонов будет 2 - 3, а у других — 4 - 6.

При анализе образа жизни фиксируются: возможный перепад температур в течение сезона, способ передвижения (авто, транспорт, пешком), ритм жизни (например, в будни только дом-работа или много выходов по другим делам).

Какие ошибки допускаются этапе анализа образа жизни?

В процессе анализа образа жизни, важно опираться только на те сценарии выхода, которые либо уже реально происходят в вашей жизни, либо с высокой вероятностью бу-

дут происходить в ближайшем будущем. На этом этапе могут быть такие ошибки:

- либо гардеробные потребности определяются не под реальную жизнь, а под воображаемый образ жизни, который хочется вести: "когда похудею, когда будут деньги, когда выйду замуж, когда поменяют работу, когда перееду";

- либо в перечень сценариев выхода не включают те ситуации, которые не случаются в жизни только лишь потому, что "нечего надеть".

Давайте подробнее разберем эти ситуации.

Ошибка: создавать гардероб для жизни мечты. Это ошибка возникает, когда гардеробные потребности определяются не для той жизни, которую человек живет сейчас, а для той, которой хотел бы жить в своих мечтах. Или не для того, кем он является сегодня, а для образа, которым он себя видит в своих фантазиях.

Когда анализируется жизнь, может возникнуть желание описать не только реальность, но и жизнь мечты, наполненную разными новыми событиями. Например: "Я буду регулярно ходить в театр", "Буду выходить на светские мероприятия", "Буду регулярно ужинать в ресторанах", "Буду каждую неделю ходить на выставки и концерты".

Но если этих ситуаций в жизни пока нет и нет никаких признаков того, что они действительно появятся в ближайшем будущем, они не должны определять структуру гардероба. Иначе купленные вещи не будут носиться. Более того,

со временем они могут начать раздражать и напоминать о несбывшихся мечтах.

Есть и другой вариант этой же ошибки: когда гардероб строится не под жизнь мечты, а под воображаемый образ. Например, женщина восхищается стилем королевских особ и решает создать для себя такие же образы с элегантными платьями, жакетами, небольшими сумочками и изящной обувью. Однако они вообще не соответствуют потребностям ее реальной жизни.

В результате снова покупаются вещи, которые годами хранятся в гардеробе, ожидая "подходящего случая", который может и не наступить.

Вывод такой: мечтам можно и нужно уделять внимание, но к этому этапу лучше переходить только после того, как выстроена система гардероба, отвечающая вашим реальным потребностям.

Ошибка: создавать гардероб, ограничивающий жизнь. Здесь возникает противоположная ситуация: вы давно хотите куда-то пойти, а возможно, вас регулярно куда-то приглашают, но вы отказываетесь от таких выходов только по причине того, что у вас нет подходящих образов. В данном случае гардероб мешает участвовать в тех активностях, которые могли бы сделать вашу жизнь более интересной и разнообразной.

Например:

● вы не ходите в бассейн, потому что у вас нет купальника

и необходимых аксессуаров;

● вы регулярно отказываетесь пойти с мужем в красивый ресторан, потому что в гардеробе нет подходящего платья;

● вы не ходите с подругой на занятия танцами, потому что у вас нет подходящей обуви.

Такие сценарии выхода обязательно нужно включать в "Карту гардеробных потребностей". В отличие от воображаемых сценариев, они уже присутствуют в вашей жизни как реальные возможности, в которых вы хотели бы участвовать. Таким образом, анализ сфер жизни и планирование гардероба помогает поддерживать интересную и социально активную жизнь.

В результате первого этапа в "Карте гардеробных потребностей" должен появиться список всех сценариев выхода для каждой жизненной сферы.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ НУЖНОГО КОЛИЧЕСТВА ГОТОВЫХ ОБРАЗОВ

Для каждого сценария выхода нужно определить, сколько готовых образов вам необходимо для каждого сценария выхода в каждой сфере жизни. Причем эта цифра не берется "из головы" или из каких-то универсальных списков от блогеров.

Под готовым образом понимается заверченный набор предметов гардероба (одежды, обуви, аксессуаров и украшений), в котором можно выйти из дома без необходимости что-то еще добавлять.

Количество готовых образов для конкретного сценария выхода зависит от частоты его повторения: каждый день, пару раз в неделю, раз в месяц или раз в квартал. Для сценариев, которые повторяются регулярно, нужно большее количество образов.

Например, если человек работает в офисе пять дней в неделю, то ему потребуется несколько готовых образов. Минимально — три, чтобы иметь возможность их чередовать. Оптимально — около пяти, чтобы в течение недели каждый день выглядеть по-другому. А кому-то может понадобиться 10 или больше образов.

Количество образов может быть как минимально необходимым, так и расширенным. Это зависит от ваших финансовых возможностей, физических размеров гардеробной или шкафа и личных желаний. Кто-то обходится базовым минимумом, а кому-то захочется каждый день в течение месяца появляться на работе в новом образе.

При определении количества образов важно учесть частоту загрязнения одежды. Например, готовых образов для прогулок с ребенком или активного досуга может понадобиться больше, чем формальной одежды для редких мероприятий.

В результате этого этапа в "Карте гардеробных потребностей" фиксируется необходимое количество готовых образов для каждого сценария выхода.

В чем отличие готового образа от гардеробной капсулы?

Гардеробная капсула и готовый образ – это разные уровни гардеробной системы. Капсула — это набор одежды, обуви и аксессуаров, которые сочетаются между собой и позволяют создавать большое количество готовых образов.

В логике планирования гардероба сначала определяется необходимое количество готовых образов для каждого сценария выхода. Затем разбирается и анализируется существующий гардероб: сколько готовых образов уже можно собрать из имеющихся вещей и для каких сценариев выхода они закрывают гардеробные потребности.

После этого принимается решение о стратегии планирования гардероба:

- он будет состоять из набора разных готовых образов, закрывающих все гардеробные потребности, но никак не связанных между собой;

- или он будет состоять из гардеробных капсул для каждой сферы жизни.

Какой путь выбрать, зависит от того, какое количество образов вам нужно для каждой сферы жизни. Если это единичные торжественные события или встреча с акционерами один раз в квартал, то, возможно, вам будет достаточно одного-двух готовых образов на сезон.

А если это какие-то сценарии, которые повторяются регулярно, то здесь есть смысл подумать о гардеробной капсуле. Она позволяет закрыть потребности в определенной сфере жизни даже с помощью небольшого количества вещей и при

этом выглядеть стильно и разнообразно.

ПРИМЕР СПИСКА СЦЕНАРИЕВ ВЫХОДА ПО СФЕРАМ ЖИЗНИ

Сфера жизни "Бизнес, работа":

- Рабочие будни: работа в офисе (дресс-код есть/нет) или из дома/в коворкинге | 5 раз в неделю
- Деловые встречи с партнерами: переговоры, презентации | 1 раз в месяц
- Публичные выступления, конференции | 1 раз в месяц
- Корпоративные мероприятия: торжественные, праздничные, неформальные встречи | 1 раз в 3 месяца

Сфера жизни "Семья, дом, дети":

- Одежда для домашних дел (уборка, готовка) | 3 раза в неделю
- Одежда для отдыха (кино, чтение, домашние игры) | Каждый день
- Одежда для сна (пижамы, рубашки, халаты) | Каждый день
- Прогулки с детьми, собакой, прогулки с семьей в парке | 1 - 7 раз в неделю
- Семейные праздники дома, торжества в кругу семьи, семейные обеды | 1 раз в месяц

Сфера жизни "Любовь" (отношения с мужем или женщиной):

- Романтические свидания (поиск пары, закрепление отношений) | 2 раза в неделю

- Одежда для интимной жизни (белье, романтическая домашняя одежда) | 3 раза в неделю

- Встречи, завтраки, обеды с мужем вне дома | 2 - 3 раза в неделю

- Совместные вечерние выходы (романтический образ) | 1 раз в неделю

Сфера жизни "Социальная" (светские выходы, встречи с друзьями, торжества):

- Встречи с друзьями (кино, кафе, рестораны) | 2 раза в месяц

- Культурные мероприятия (театры, концерты, выставки) | 1 раз в неделю

- Торжественные события (презентации, дни рождения, свадьбы, юбилеи) | 1 раз в месяц

- Праздничные и новогодние вечеринки (неформальные) | 1 раз в сезон

Сфера жизни "Личные увлечения, спорт и здоровье":

- Одежда для тренировок (фитнес, гимнастика, танцы и т.п.) | 3 раза в неделю

- Одежда для активного отдыха (ходьба, бег, велосипед, походы) | 3 раза в неделю

- Посещение SPA, массажи, бани | 1 раз в неделю

Сфера жизни "Путешествия":

(Частота рассчитывается исходя из условий и продолжительности отдыха)

- Городской туризм (достопримечательности, прогулки по городу, шопинг)
- Отдых на море или на курорте (пляж, бассейн, прогулки по набережной, вечерние выходы)
- Активный отдых в горах,
- Походы, активный отдых на природе
- Одежда для дороги (авто, поезд, автобус) и перелетов

Требования к образам для каждого сценария выхода

КРИТЕРИЙ "УМЕСТНОСТЬ"

Для каждого сценария выхода надо ответить на вопрос: "Что будет считаться уместным и допустимым в том обществе, месте, ситуации, куда я собираюсь?"

Многие люди выбирают одежду по простым критериям: нравится, красиво, удобно, подходит по размеру и цене. Но нередко забывается о таком критерии как уместность того или иного наряда в конкретной ситуации. В результате мы видим:

- офисных сотрудников в открытых летних сарафанах, вьетнамках или романтических платьях в цветочек,
- мам школьников в откровенных нарядах на школьной линейке 1-го сентября,
- посетителей театров в спортивной одежде, а гостей ресторанов — в пляжной,
- родителей на детских утренниках в вечерних или, наоборот, домашних образах.

Проверка внешнего вида по критерию уместности помогает, избегая ошибок, выглядеть гармонично в разных обстоятельствах.

Внешний вид человека, включая то, что на нем надето, оценивается окружающими в том числе и в контексте кон-

кретных обстоятельств. Если вы хотите, чтобы к вам относились с уважением, считались с вашим мнением и просто отзывались о вас, как о культурном и воспитанном человеке, ваш внешний вид должен всегда соответствовать тому месту и событию, куда вы пришли.

Также, когда человек понимает, какая одежда предназначена для повседневной жизни или отдыха, какая — для более формальных или торжественных ситуаций, а какая — для вечерних выходов, гардероб перестает быть беспорядочным набором вещей. Появляется понятная система, благодаря которой намного легче выбирать вещи и сочетать их между собой.

Уместность — это способность правильно выбирать не только красоту вещи, но и тот язык, на котором она говорит. Настоящий стиль включает еще и социальный интеллект внешнего вида, то есть умение понимать:

- куда я иду и в какой роли;
- среди каких людей буду находиться;
- какой уровень формальности предполагает ситуация;
- какое впечатление нужно производить;
- какие визуальные коды будут в этом месте восприниматься как правильные.

Более детально понятие уместности разбирается в следующей главе.

КРИТЕРИЙ "СТЕПЕНЬ ФОРМАЛЬНОСТИ"

Формальность – это соблюдение некоей требуемой фор-

мы, подчиненной правилам. Одежда, как и общение, может быть неформальной или иметь разные степени формальности (строгости, официальности).

Например, костюм может быть для дома и отдыха (минимальная формальность), а может быть для приема правительственных делегаций на высшем уровне (высокий уровень формальности).

Система уровней формальности выглядит так:

- Повседневный образ (Casual, Very Casual)

- Повседневный городской (Smart Casual, Elevated Casual)

- Деловой повседневный (Business Casual)

- Деловой (Business, Business Formal)

- Нарядный, вечерний (Evening, Formal)

Важно понимать, что уровень формальности определяется не только конкретной вещью, но и комбинацией элементов в образе: ткани, кроя, степени декоративности и яркости, а также тем, какой обувью и аксессуарами дополнен образ.

Например, одно и то же платье может выглядеть с кроссовками повседневно, с жакетом и туфлями – по-деловому, с украшениями, аксессуарами и каблуками – нарядно.

Таким образом, при определении гардеробных потребностей важно заранее продумать, насколько строго и официально вы должны выглядеть в разных ситуациях: работа в офисе, встреча с партнерами, выступления, корпоративы.

Например, костюм из трикотажной юбки-миди с кардига-

ном в одной компании может считаться приемлемой одеждой для офиса, а в другой — слишком неформальной, поскольку там допустимо носить только юбки, брюки из костюмной ткани.

С другой стороны, вы можете выглядеть "белой вороной", если придете в очень строгом официальном костюме в коллектив, где все носят джинсы.

Критерий формальности помогает избежать распространенных ошибок при выборе одежды:

- когда люди выглядят расслабленно там, где ожидается более строгий и официальный образ,

- когда одеваются торжественно для простой обстановки.

В "Карту гардеробных потребностей" добавляются примечания об уровне формальности вещей для тех сценариев выхода, где это важно. Например, для повседневной работы в офисе указывается, что в гардеробную капсулу могут входить:

- офисные брюки, классические офисные юбки, жакеты, кардиганы, лоферы, закрытые туфли и нижний слой: однотонные топы, блузы и рубашки;

- крой более строгий, структурированный, небольшой каблук;

- спокойная, нейтральная гамма, без ярких акцентов, легкий принт на рубашке и блузе;

- исключены: джинсы, свитеры, спортивная и открытая обувь.

Однако уходить в глубокую детализацию видов одежды и обуви вплоть до конкретного цвета и фасона здесь не нужно. Это делается на этапе планирования гардеробной капсулы.

КРИТЕРИЙ "ВПЕЧАТЛЕНИЕ ОТ ОБРАЗА"

На этом этапе нужно ответить на вопрос: "Как мне выглядеть, чтобы получать желаемый результат от коммуникации (общения) с другими людьми? Какое впечатление я хочу производить в той или иной ситуации?"

Одежда всегда передает определенное визуальное сообщение. Это происходит через так называемые визуальные коды – элементы одежды, которые считаются окружающими на уровне ассоциаций. К ним относятся цвет, принт, декор, конструктивные элементы, длина, фактура, форма, стиль и так далее.

Например, строгий жакет, четкие линии силуэта и нейтральная цветовая гамма могут помогать производить впечатление высокого профессионализма и надежности, а мягкие ткани, плавные линии и светлая палитра – мягкости и дружелюбности.

Также в разных контекстах от внешнего вида человека могут ожидать разные сигналы: серьезность, надежность, профессионализм, статусность, привлекательность, мягкость, открытость, креативность и т.д.

В большинстве ситуаций внешний вид напрямую влияет на результат общения. Например:

- На собеседовании важно выглядеть профессионально

и надежно. Нужный результат – получение новой работы и высокой зарплаты.

● На деловой встрече – компетентно, авторитетно и уверенно. Нужный результат – привлечение солидных клиентов или партнеров.

● На свидании - привлекательно и женственно, чтобы заинтересовать мужчину.

● На детской площадке - дружелюбно и открыто, чтобы расположить к себе других родителей.

● На творческом вечере или презентации – ярко и нестандартно, чтобы аудитория вас заметила, запомнила и удерживала свое внимание на вашем выступлении.

Иногда человек может выбирать одежду, руководствуясь только личным вкусом, она даже может быть уместной, но при этом не помогает достигать нужного результата и даже мешать.

На то, как те или иные образы воспринимаются окружающими, влияет множество деталей: цвет одежды, уровень контрастности образа, наличие или отсутствие принта, декоративные элементы, фактура ткани, степень строгости линий и открытости тела, общий характер силуэта.

Например, выбирая наряд для свидания, можно прийти в закрытом платье из плотного денима серо-синего цвета. В теории такой образ будет уместен для повседневного выхода, но в то же время он будет производить впечатление строгости и закрытости, которое не соответствует романтической

атмосфере свидания.

Если же выбрать платье в мягких, женственных оттенках, из более легкой ткани и в силуэте, который красиво подчеркивает фигуру, впечатление от образа изменится на мягкое, привлекательное и открытое.

Другой пример. Кому-то нужно выглядеть авторитетно в глазах сотрудников и руководства, пользоваться уважением клиентов, чтобы продвигаться по карьерной лестнице. И при этом этот же человек надевает на работу вязаный кардиган с декоративными 3D-цветами. Такой образ будет считываться как домашний, расслабленный, непрофессиональный.

Важно помнить: при выборе одежды сначала стоит ориентироваться на то впечатление, которое вы хотите производить, а уже после учитывать личные вкусы и адаптировать их под выбранные критерии.

ИЗМЕНЕНИЕ ИМИДЖА: "ХОЧУ ВЫГЛЯДЕТЬ ИНАЧЕ"

В какой-то момент женщина решает, что теперь она хочет выглядеть иначе, не так, как раньше. И при этом ее жизнь может оставаться прежней: та же работа, дом, круг общения и привычный досуг. Причем такое желание может касаться не отдельных сценариев выхода, а всех сфер жизни.

Подобные желания не возникают "на пустом месте". Первой **причиной может быть изменение внутреннего состояния**, когда женщина чувствует, что ее прежний стиль одежды и внешний вид больше не соответствует ее нынеш-

нему ощущению себя.

Например, женщина стала увереннее, психологически повзрослела, изменились ее ценности. В результате может появиться желание выглядеть более статусно и элегантно. Или, наоборот, раньше ее образы были строгими и сдержанными, а теперь изменился ее род деятельности, и поэтому хочется добавить в свой стиль больше свободы и легкости.

В таком случае ей нужен не просто анализ гардеробных потребностей, а пересмотр системы визуальных кодов гардероба и внешности (прически, макияжа, маникюра, манеры поведения). Здесь одежда используется как инструмент фиксации нового внутреннего состояния, когда через внешний образ человек закрепляет новую версию себя.

Второй причиной может быть желание кардинально изменить то, как человека воспринимают окружающие. Например, раньше женщину воспринимали только "мать семейства", "тетку, загруженную бытовыми проблемами", а теперь она хочет производить впечатление эффектной и привлекательной женщины.

Для этого ей надо подкорректировать или полностью изменить стратегию самопрезентации и, в первую очередь, поработать над своим гардеробом и образами. При этом сами гардеробные потребности не изменяются, пересматривается только визуальный язык, или визуальное сообщение, которое транслируют образы.

Ниже – конкретные шаги, которые нужно сделать,

чтобы определить и описать впечатление, которое вы хотите производить на окружающих в той или иной сфере жизни.

Шаг 1. Описание желаемого впечатления

Этот этап можно пройти двумя путями. Выбирайте второй вариант только в том случае, если первый вам действительно покажется сложным.

Вариант 1. Сначала вы описываете прилагательными желаемое впечатление, которое вы хотите производить, а потом, не подглядывая в слова, подбираете фотопримеры образов, которые производят такое впечатление. Такой порядок действий поможет вам выявить и проанализировать нестыковки между словами и фотопримерами (об этом – позже).

Вариант 2. Возможно, вам пока будет сложно описать прилагательными желаемое впечатление. Тогда вы сначала находите фотопримеры образов, которые производят это впечатление, а потом по ним создаете описание с помощью прилагательных.

Сейчас не нужно искать только те образы, которые вы точно сможете повторить. Фотопримеры вам понадобятся исключительно как визуальный ориентир, чтобы понять или уточнить то впечатление.

При подборе фотопримеров обращайте внимание на общий характер образа: какое настроение он передает, какое впечатление производит: более строгое, агрессивное, теплое, мягкое, спокойное или выразительное, сдержанное или яр-

кое. Постепенно у вас сложится картина того, как вы хотите выглядеть для того или иного сценария выхода.

Поскольку нередко люди в разных сферах жизни хотят производить разное впечатление, фотопримеры также нужно сортировать по группам: "работа/бизнес", "любовь", "социум".

Шаг 2. Проверка на совпадение прилагательных и фотопримеров

Задача этого шага - сравнить список прилагательных и то впечатление, которое производят образы на фотопримерах: совпадают ли они или есть разночтения.

Иногда между словами (рациональным ответом) и фотопримерами (эмоциональным ответом) возникает явное расхождение. Например, кто-то пишет:

- "Хочу выглядеть скромно и спокойно", а подбирает фотопримеры с яркими и выразительными образами,
- "Мне все равно, как я выгляжу на работе", а на фотопримерах статусные и авторитетные женщины,
- "Хочу выглядеть строго и интеллектуально", а по фото видно, что их притягивают мягкие и романтические образы.

Такой сравнительный анализ помогает лучше разобраться в том, что вам нужно на самом деле. Возможно, образы на фотопримерах транслируют то впечатление, которое вам подсознательно хочется производить, но словами вы описываете то, что от вас ждут окружающие (мама, коллеги, дети, муж, соседи).

А возможно, у вас есть страх проявить свою личность: подсознательно вы уже выросли до более высокого уровня, но умом вы боитесь изменений, чтобы не вызвать осуждение, критику, непонимание или даже непринятие со стороны окружающих.

Шаг 3. Уточнение и отбор

На этом шаге еще раз анализируются фотопримеры и уточняются формулировки с описанием того, какое впечатление вы хотите производить. Этот этап помогает отделить ваши реальные желания от фантазий, стереотипов и навязанного мнения окружающих.

Во время анализа отбрасываются фотопримеры, которые вам просто нравятся эстетически и, возможно, вы видите себя такими в фантазиях, но в реальной жизни это точно не про вас.

Например, вам может нравиться образ Лары Крофт или принцессы-воина, но вы понимаете, что на самом деле не хотите производить настолько воинствующее впечатление. А возможно, это сигнал о том, что вам действительно стоит добавить в образы какие-то маскулинные элементы или отсылки к стилю сафари или милитари. А может, стоит добавить немного дерзости через кожаную одежду или здоровой агрессии через леопардовый принт. Эти детали придадут вам силы и смелости для принятия важных решений в каких-то сферах жизни.

Далее отсекаются прилагательные, которые появились как

навязанные представления окружающих вас людей о том, как, по их мнению, вы должны выглядеть. Например, по мнению вашей соседки, мать троих детей не может выглядеть сексуально, а должна одеваться скромно, нейтрально, закрыто. Или, по мнению вашей коллеги, женщине "за ..." смешно хотеть выглядеть эффектно и привлекательно, она должна выглядеть сдержанно и солидно.

В результате этой работы для каждой сферы жизни у вас появляется не просто абстрактное желание «выглядеть лучше» или «более стильно», а достаточно точное словесное описание того, какое впечатление вы хотите производить на окружающих. Одновременно с этим у вас появляются и визуальные ориентиры — фотопримеры, которые помогают лучше понимать и уточнять, что именно вы имеете в виду под теми или иными формулировками.

Это особенно важно, потому что одни и те же слова люди могут воспринимать совершенно по-разному. Например, для одной женщины «женственный образ» — это рюши, пастельные оттенки и романтические платья, а для другой — элегантный черно-белый образ с элементами стиля денди.

В дальнейшем это описание будет для вас своеобразным визуальным компасом при выборе одежды, обуви, сумок, аксессуаров и готовых образов. Вместо хаотичного принципа «нравится — не нравится» у вас появляется более понятная система оценки: помогает ли конкретная вещь создавать то впечатление, которое вы хотите производить в той или иной

ситуации, или противоречит ему.

Например, если для работы вы хотите выглядеть авторитетно, статусно и профессионально, а для свиданий — более легкой, мягкой и кокетливой, то при выборе вещей вы начинаете оценивать их уже не только с точки зрения красоты или модности. Вы задаете себе другие вопросы: «Эта сумка действительно выглядит статусно и собранно?» «Этот жакет производит впечатление надежности и профессионализма?» «А это платье выглядит слишком строгим для романтической встречи?» Таким образом, вещи начинают оцениваться не изолированно, а с точки зрения той задачи и того впечатления, на которое они должны работать.

Эта система особенно помогает во время разбора гардероба. Часто человеку бывает сложно расстаться с вещами только потому, что они сами по себе красивые, качественные или когда-то очень нравились. Но если сравнить их с тем впечатлением, которое вы хотите производить сейчас, становится легче увидеть, что часть вещей уже не соответствует вашему нынешнему ощущению себя и тому визуальному образу, к которому вы стремитесь. В результате разбор гардероба перестает быть простым расхламлением и превращается в более осознанную настройку внешнего образа под себя сегодняшнюю.

ЛИЧНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ОДЕЖДЕ

Личные предпочтения в одежде играют важную роль при формировании гардероба, но учитываются в последнюю оче-

редь. Сначала определяются общие требования к одежде, исходя из образа жизни, требуемых уровней формальности и желаемого впечатления.

Личные предпочтения учитываются позже, при выборе конкретных вещей для гардеробных капсул. Из возможных решений выбираются те, которые соответствуют вашему вкусу, фигуре и типу внешности. В результате одни и те же гардеробные потребности для разных людей закрываются разным набором одежды и аксессуаров.

Например, для ситуации "романтическое свидание" критериями могут быть: женственная, в меру открытая, но не вызывающая одежда (уместность); образ легкий, но не торжественный (формальность); впечатление от внешнего вида: привлекательная, мягкая, кокетливая.

Далее происходит индивидуальная настройка образа. Для одной женщины таким критериям будет отвечать летящее розовое платье, для другой - облегающее бежевое платье по фигуре, для третьей - голубое платье с мягким принтом, для четвертой - лаконичное платье без декора.

То же самое можно увидеть и в деловой одежде. Одна женщина выберет рубашку и юбку, другая - блузу и сарафан, третья - брючный костюм, четвертая - юбочный костюм, пятая - брюки и жакет. Все эти решения могут быть одинаково правильными, если они соответствуют требованиям ситуации, уровню формальности и задачам образа.

Не существует только одного "правильного" варианта

одежды для закрытия какой-то гардеробной потребности. Есть правильная логика выбора вещей, а какими они будут – зависит от личного выбора конкретного человека.

КАК УПРАВЛЯТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ ОТ ОБРАЗА

Визуальная культура, этикет и дресс-код

Визуальная культура — это совокупность образов, символов, визуальных кодов и правил, через которые общество воспринимает и выражает информацию. Это все, что мы видим: от произведений искусства и кино до мемов, логотипов, упаковок, архитектуры и интерфейсов сайтов. Также это способность читать и интерпретировать визуальные сигналы.

Визуальная культура – это общий уровень насмотренности, понимания среды, считывания знаков, исторических и социальных смыслов одежды, умение видеть, как форма, ткань, цвет, степень открытости, обувь, аксессуары и подача работают на впечатление.

Визуальная культура отвечает на вопрос: понимает ли человек, что именно он демонстрирует своим внешним видом и как это будет прочитано другими? Это не набор правил, а способность видеть. Человек с развитой визуальной культурой понимает, что одежда — это язык, а не просто набор

предметов.

Этикет

Этикет — это система норм и правил поведения людей, поддерживающая представления данного общества о подобном виде. Историки утверждают, что в современном значении слово "этикет" было впервые употреблено при дворе короля Франции Людовика XIV: гостям вручили карточки (этикетки) с указанием правил поведения, хотя определенные нормы и правила поведения существовали уже с древнейших времен.

Это умение соблюдать принятые нормы уважительного поведения в обществе, в том числе через внешний вид. Этикет отвечает на вопрос: "Как не нарушить правила выказывания уважения к месту, событию, людям и обстоятельствам?".

Здесь речь идет не столько о красоте, сколько о корректности. Например, важно не прийти на траурное событие в светлом и игривом образе, не затмить невесту на свадьбе, не прийти в храм в откровенной одежде, не появиться на формальной встрече на высоком уровне в расслабленном или вызывающем виде.

Этикет связан с понятием приличия, уместной сдержанности, уважения к чужой роли и к общему тону события. Он не обязательно делает образ стильным, но защищает от явной культурной бестактности.

Дресс-код

Дресс-код — это конкретно обозначенный или подра-

зумеваемый формат одежды для определенной ситуации. Дресс-код отвечает на вопрос: что здесь положено надеть по формату? Black tie, business formal, smart casual, cocktail, white tie, office, festive, resort chic — это уже не рассуждения о вкусе, а рамка того, как нужно выглядеть.

Иногда дресс-код обозначен в приглашении, иногда не прописан, но существует как негласное правило среды.

Дресс-код — это техническая инструкция уровня формальности и допустимого диапазона одежды. Он помогает понять, насколько нарядно, строго, открыто, официально или расслабленно следует выглядеть.

Уместность

УМЕСТНОСТЬ – СЛАБОЕ МЕСТО ГАРДЕРОБА

Уместность действительно стала одной из самых слабых зон современного гардероба. Многие люди, покупая модную вещь, не могут понять, где она уместна, в каком контексте.

Сейчас одежда стала языком личной свободы, комфорта, трендов, самоиронии, сексуальности, статуса, принадлежности к субкультуре — и все это смешалось в одном визуальном поле. Исчез единый общий код, по которому общество раньше считывало уместность того или иного образа заданным обстоятельствам.

Например, куртка в рабочем стиле с вечерним платьем на подиуме может быть сильным художественным высказыванием, на знаменитости — частью имиджа, игры, пиара, в модной съемке — способом создать контраст. Однако в обычной жизни, например на свадьбе, в театре или на школьной линейке, этот же прием может выглядеть не как модная смелость, а как "человек не понял, куда пришел".

Важно понимать различие: модные тренды показывают возможности и говорят: «Так можно попробовать». А уместность, которая включает и этикет, и дресс-код, показывает границу допустимого, спрашивая: «Где, кому, зачем и перед кем это можно надеть?»

КАК БЫЛО РАНЬШЕ

Советская эпоха отличалась строгими социальными нормами и четкими правилами общественного поведения. Этикет и соответствие дресс-коду считались важными элементами общественной дисциплины и культурного уровня. Одежда была не просто способом прикрыть тело, а выражением принадлежности к определенной социальной группе и демонстрацией лояльности к принятым нормам. Именно поэтому в фильмах 30-х—40-х годов мы видим подчеркнута аккуратных и одетых по случаю персонажей.

Распад Советского Союза привел к значительным изменениям в общественном сознании. Стали ослабевать жесткие рамки дозволенного, появилась большая степень индивидуальной свободы. Люди получили право самостоятельно выбирать стиль жизни и манеру одеваться, что привело к постепенному размыванию традиционных представлений о приличиях и уместности одежды.

Переход к рыночной экономике сопровождался экономическими трудностями и снижением жизненного уровня значительной части населения. Многие граждане стали меньше внимания уделять внешнему виду из-за отсутствия средств на приобретение качественной и подходящую случаю одежду. Практичность и доступность вышли на первый план, вытеснив эстетику и традиционную элегантность.

Западная мода принесла с собой идею универсальности и удобства одежды. Джинсы, футболки и спортивная обувь стали повседневной нормой, проникая даже в тради-

ционно формальные места вроде театров и ресторанов. Эти веяния нашли отклик у широких слоев населения благодаря своей доступности и комфорту.

Современные медиа и социальные сети формируют новую визуальную культуру, где границы между стилями стерты. Знаменитости и инфлюенсеры из соцсетей демонстрируют самые разные варианты одежды вне зависимости от обстоятельств, формируя представление о норме как о чем-то гибком и постоянно меняющемся.

Люди старших поколений (70-80 лет), воспитанные в условиях советской системы, сохранили уважение к традиционным нормам и правилам. Для них следование этикету является проявлением воспитанности и уважения к обществу, а нарушение его правил – как признак невоспитанности и пренебрежительного отношения к окружающему миру.

Однако даже представители среднего поколения (около 50 лет), несмотря на воспитание в Советском Союзе, подвержены влиянию новых тенденций. Желание оставаться современными заставляет их порой отказываться от привычных стандартов и экспериментировать с одеждой, рискуя выглядеть неуместно.

ПОЧЕМУ ОРИЕНТИРЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО СБИЛИСЬ

Первая причина — общая демократизация одежды.

За последние десятилетия исчезла жесткая граница между «рабочим», «домашним», «выходным», «вечерним», «городским» и «пляжным».

Джинсы носят почти везде, кроссовки стали обувью не только для спорта, трикотаж стал нормой для офиса, платья стали одновременно и дневными, и отпускными, и «на работу». Кстати, это касается не только стран постсоветского пространства. В США, например, стиль кэжуал и бизнес-кэжуал стали массовой нормой рабочего гардероба.

Вторая причина — размывание авторитетов. Раньше подрастающее поколение училось у семьи, школы, старших женщин, профессиональной среды. Сейчас молодежь учится у блогеров из соцсетей, но они учат не уместности, а зрелищности, новизне, узнаваемости и вовлечению. Люди реагируют лайком или дизлайком на необычную и часто эпатажную стилизацию, а безупречный, но спокойный образ оставляют без внимания.

Третья причина — перенос подиумных и селебрити-приемов в обычную жизнь без адаптации. Всегда надо помнить, что подиум — это модная лаборатория, а не инструкция, как надо правильно одеваться. Знаменитости — это не обычные гости на мероприятии, а публичные персонажи, которые одеваются для камеры, чтобы их наряды потом обсуждали зрители и медиа.

Ошибка в том, что подписчики звезд и читатели модных журналов воспринимают все как прямое указание и новую норму: «Раз такой известный бренд показал, раз такой известный человек надел, - значит, и нам можно». Можно, но не всегда, не всем и не везде, то есть с оглядкой на умест-

НОСТЬ.

Четвертая причина — культ индивидуальности. Современная культура постоянно говорит: «Будь собой», «Носи что хочешь», «Ты никому ничего не должна». Человек чувствует себя более свободным от условностей и начинает воспринимать любые минимальные правила уместности как подавление личности и свободы самовыражения. Хотя в реальности уместность — не запрет быть собой, а способность учитывать ситуацию и других людей.

Современная культура отличается многообразием стилей и отсутствием единой модели поведения. Каждый человек волен выбирать собственный путь, что затрудняет формирование общих стандартов и создает путаницу относительно того, что считается уместным в той или иной ситуации.

Пятая причина — пандемия и гибридная работа. После длительной удаленной работы, люди привыкли к комфорту, мягким тканям, домашней одежде, свободному силуэту. Это повлияло и на офисный стиль. Но проблема не в комфорте, а в том, что комфорт начали путать с отсутствием собранности. Об этом еще в 2021 году писал FashionNetwork, напоминая о том, куда и как стоит одеваться, чтобы выглядеть уместно.

Коммерциализация моды. Производители заинтересованы в том, чтобы продавать как можно больше вещей, и зачастую продвигают идею, будто любая одежда подойдет для любого случая. Это создает иллюзию вседозволенности и от-

сутствия ограничений.

Потеря связи между одеждой и социальной ролью. Женщина может не понимать, что:

- на работе она не просто «красивая женщина», а специалист;
- на школьной линейке — не просто «женщина, которой хочется нравиться», а мать ребенка и участница образовательного события;
- на свадьбе — не героиня вечера, а гостя, которая не должна конкурировать с невестой;
- в театре — не случайная прохожая из торгового центра, а зритель, который уважает место и событие.

Шестая причина — исчезновение стыда как социального регулятора. Раньше за «не так одета» можно было получить резкую обратную связь: от мамы, соседки, коллег, учительницы, старших родственников. Сейчас такая реакция воспринимается как токсичность, шейминг, нарушение личных границ. В результате внешнего контроля стало меньше, а внутренний вкус и понимание правил сформировались не у всех.

Раньше именно общество играло ключевую роль в формировании и поддержании этических и стилистических норм, передаваемых из поколения в поколение. Сейчас же наблюдается целый комплекс взаимосвязанных процессов, приводящих к потере понимания уместности одежды в различных ситуациях.

В советский период существовали мощные механизмы социализации, обеспечивавшие передачу норм поведения и вкуса:

- Семья: Родители строго следили за соблюдением детьми установленных обществом правил.

- Школа и детские организации: Пионерия и комсомол внедряли нормы поведения и внешний вид, соответствующие различным социальным ситуациям.

- Общественное мнение: Отклонения от принятых норм жестко осуждались, что способствовало сохранению единого стандарта поведения.

Сейчас многие семьи и образовательные учреждения перестали уделять должное внимание обучению детей и молодежи правилам этикета.

Родители и педагоги редко объясняют детям важность соответствия внешнего вида особенностям ситуации, в которой они находятся, что приводит к формированию искаженного представления о нормах поведения в обществе. Родители заняты работой и бытовыми проблемами, вследствие чего снижается уровень внимания к вопросам воспитания, включая формирование правильного отношения к одежде и этикету. Дети растут без четкого понимания, какой наряд подходит для школы, театра или официального мероприятия.

Старшее поколение, воспитанное в рамках жестких норм советского периода, постепенно уступает место новым поколениям, не имеющим опыта такой жесткой регламентации.

Передача знаний и норм поведения нарушается, поскольку молодежь зачастую лишается наставников, способных объяснить тонкости этикета и уместности одежды.

Молодежь склонна воспринимать прежние нормы как излишне консервативные и ограничивающие личную свободу. Следование строгим правилам кажется многим молодым людям архаичным и бессмысленным, что ведет к сознательному отказу от соблюдения общепринятых стандартов.

Наконец, стоит отметить, что отношение к публичному пространству тоже поменялось. Люди перестали воспринимать общественные места как нечто особенное, требующее особого подхода. Школьная линейка или поход в театр больше не кажутся событием, которое требует подготовки и соблюдения определенных правил.

Ради справедливости стоит сказать, что будет заблуждением думать, что раньше все было хорошо с уместностью внешнего вида. Это не так. Просто социальные нормы были жестче, а выбор одежды был не таким широким. Когда у женщины было одно «хорошее платье», один костюм, одни выходные туфли и одна сумка «на приличный случай», ошибиться было сложнее. Сейчас выбор огромный, стили смешаны, а значит, требуется больше визуальной грамотности.

Что касается Европы, то там действительно сильнее сохраняются некоторые локальные традиции: свадьбы, похороны, религиозные церемонии, деловая среда, театр в отдельных странах и кругах.

Но Европа неоднородна: в больших и малых городах будут разные визуальные культуры. Где-то люди одеваются подчеркнуто расслабленно, где-то более собранно. В некоторых европейских средах правила контекста лучше встроены в повседневную культуру, но глобальная беспорядочность в одежде затронула и Европу тоже.

В РОССИИ ПРОБЛЕМА УМЕСТНОСТИ ИМЕЕТ СВОИ ОСОБЕННОСТИ

С одной стороны, российская культура исторически придавала внешнему виду большое значение. Есть устойчивый код: «встречают по одежке». В деловой среде Россия часто воспринимается как более формальная и статусно ориентированная культура. Международные гиды по бизнес-этикету по-прежнему описывают российский деловой стиль как более формальный и консервативный, особенно в традиционных сферах.

С другой стороны, именно в России часто есть перекосяк в сторону «нарядиться» вместо «одеться уместно». То есть женщина может понимать, что событие важное, но выбирает не соответствующий случаю уровень элегантности, а максимум декоративности: кружево, блеск, каблук, обтягивание, яркий макияж, открытое тело. Получается не уважение к событию, а демонстрация себя.

Это особенно заметно в трех сценариях: на школьных мероприятиях, когда мама выглядит так, будто пришла не поддержать ребенка, а соревноваться за внимание; в офисе, ко-

гда женственность превращается в романтический или сексуальный образ, не соответствующий профессиональной роли; на торжественных событиях, когда часть гостей приходит слишком буднично, а часть, наоборот, чрезмерно нарядно.

То есть **российская проблема не только в потере понимания этикета, а в отсутствии тонкой шкалы формальности.** Многие мыслят крайностями: либо «джинсы и футболка», либо «платье на выход». Между ними должен быть огромный пласт современной уместной одежды: smart casual, деловой casual, городская элегантность, дневная торжественность, сдержанный вечерний формат, коктейльный уровень.

СОВРЕМЕННЫЙ ЭТИКЕТ

Современный этикет значительно отличается от своего исторического предшественника. Вместо жестких и неизменных правил он превратился в гибкую систему, призванную помогать людям успешно коммуницировать и достигать целей в различных сферах жизни.

Этикет сегодня — это не просто свод обязательных норм, а своеобразный инструмент, позволяющий:

- решать повседневные и бизнес-задачи;
- строить долгосрочные партнерские отношения;
- достойно выходить из сложных и непредвиденных ситуаций;
- удовлетворять интересы всех участников коммуникации.

Основой нового этикета являются уважение к себе и окружающим, а также способность создавать комфортные условия для эффективного общения.

Хотя общие тенденции указывают на демократизацию и упрощение норм поведения, в элитарных кругах и на официальных мероприятиях правила этикета и уместности по-прежнему играют важную роль. Представители высшего общества, обладающие хорошим образованием и воспитанием, склонны придерживаться традиционных норм, особенно в формальных ситуациях. Это связано с несколькими факторами:

- **Социальная идентификация:** Соответствие определенным стандартам подчеркивает принадлежность к определенной социальной группе.

- **Профессиональные требования:** Во многих профессиях и отраслях сохранение традиционных норм поведения является обязательным условием успешной карьеры.

- **Культурные традиции:** Элиты часто сохраняют приверженность историческим и культурным традициям, рассматривая их как часть собственного наследия.

Европейское общество демонстрирует интересный баланс между новыми трендами и сохранением традиционных норм. Молодежь действительно проявляет большую свободу в выборе одежды и поведения, однако с возрастом многие европейцы возвращаются к более классическим формам проявления уважения и уместности. Это подтверждает, что

даже в условиях быстрых перемен глубинные основы этикета остаются востребованными и актуальными.

ПОЧЕМУ ВЗРОСЛЫЙ ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ НЕУМЕСТНО

Если кто-то иногда или регулярно выглядит неуместно, это может быть вызвано несколькими причинами. Первое – недостаточная культурная компетентность в вопросах внешнего вида. У человека может быть прекрасное профессиональное образование и при этом слабая визуальная культура:

- он не понимает, как одежда связана с ситуацией, не улавливает, что контекст требует одеться не просто красиво, а определенным образом,

- не чувствует разницу между визуальными кодами, которые транслирует его образ,

- не разбирается в уровнях формальности.

Возможно, это говорит об отсутствии опыта жизни в разных социальных сценариях. В этом случае он может действовать по грубой логике: "лишь бы было прилично", "главное не надевать спортивное", "главное одеться неярко", "главное одеться нарядно", но этого недостаточно.

Возможно, человек неуместно одевается из-за финансовых ограничений. Если в гардеробе мало одежды, приходится использовать одни и те же вещи для разных сценариев выхода. Например, одна пара обуви "и на работу, и на прогулку, и в поездку", одна сумка "на все случаи", один жакет "и в офис, и на ужин", одно платье "и в театр, и днем, и в гости".

В таких условиях, даже разбираясь в вопросах уместности, человек может просто не иметь возможности полностью ей соответствовать.

Однако нередко проблема не только в бюджете, но и в отсутствии системы гардероба. У женщины может быть много вещей, но они все из одной сферы жизни. Например, много повседневной и расслабленной одежды, но нет деловых или вечерних решений. Или, наоборот, в гардеробе есть хорошие вещи, но нет понимания, как распределять их по сценариям выхода.

Тогда нарушение уместности возникает не столько из-за недостатка финансов, сколько из-за беспорядочного гардероба и отсутствия навыка управления образами.

Еще одна причина того, что человек одевается неуместно, – это психологическое сопротивление визуальным кодам среды. Некоторые люди не хотят им подчиняться, поскольку могут считать их незначительными, снобскими, устаревшими, чужими, подавляющими индивидуальность.

Такие люди говорят: "Я не собираюсь играть по этим правилам". Но проблема в том, что общество все равно считает это не как личную свободу, а как незрелость, недостаток понимания контекста ситуации или нежелание проявить уважение к месту, событию и обществу.

Также неуместный внешний вид может быть связан с неспособностью перевести свой внутренний стиль в разные сценарии выхода. Это частая проблема у женщин, которые

нашли свою эстетику, но не умеют адаптировать ее под разные ситуации.

Например, человек любит расслабленный городской минимализм и носит его буквально везде: в офис, в театр, на торжество, в поездки, в кафе, на деловую встречу. Его образы могут выглядеть эстетично сами по себе, но неуместными в конкретных ситуациях.

ВАЖНОСТЬ УМЕСТНОСТИ

Уместность — это не мелочь, а базовый критерий образа, который может быть красивым, дорогим, модным, но если он не соответствует случаю, то будет работать против человека.

Многие люди путают «модно» и «уместно». То, что на подиумах выглядит как новый стильный прием, в обществе, где публика не погружена в модные тренды, есть риск выглядеть не авангардно, а странно. Это особенно важно для массовой аудитории 45+, которая чаще хочет не «модного эксперимента», а уверенного, достойного, современного образа без риска выглядеть нелепо.

Разные сценарии выхода требуют разной степени собранности образа: работа, свидание, театр, свадьба, школьная линейка, прогулка, пляж, родительское собрание, выпускной, будут иметь разный визуальный язык. У каждого сценария есть своя мера открытости тела, декоративности, торжественности, сексуальности, расслабленности и практичности.

Изучение и соблюдение правил уместности и этикета кри-

тически важны для тех, кто стремится быть принятым в определенных кругах общества, особенно в интеллектуальной, деловой и дипломатической среде, а также при взаимодействии с представителями зарубежных стран и крупных организаций.

Соблюдение правил уместности и этикета служит нескольким важным целям:

● Первое впечатление складывается буквально за считанные секунды и оказывает значительное влияние на дальнейшее общение. Правильно подобранная одежда и соответствующее поведение сигнализируют окружающим о вашем уровне образованности, воспитанности и готовности следовать установленным нормам.

● Деловой мир, особенно международный, высоко ценит профессионализм и умение поддерживать имидж. Партнеры и работодатели охотнее сотрудничают с теми, кто демонстрирует уважение к корпоративной культуре и международным протоколам.

● За рубежом соблюдение локального этикета и уместности особенно важно. Незнание или пренебрежение местными обычаями может привести к недопониманию, конфликтам и даже серьезным последствиям для вашего профессионального статуса и репутации.

● Этикет помогает устанавливать и укреплять связи с влиятельными людьми, коллегами и партнерами. Люди, умеющие грамотно вести себя в обществе, вызывают больше до-

верия и уважения, что открывает дополнительные возможности для развития и роста.

В ЧЕМ СУТЬ УМЕСТНОСТИ КАК КРИТЕРИЯ ОБРАЗА

Выглядеть уместно – это не значит одеваться всегда нейтрально, безлико. Уместность – это точная настройка образа под событие: где-то это будет красивое шелковое платье и смелые украшения, где-то – элегантный и сдержанный образ, где-то – модный наряд с трендовой стилизацией.

Уместность — это соответствие одежды и внешнего вида нескольким слоям реальности одновременно:

- социокультурному контексту (нормам и ценностям определенного сообщества, статусу и ролям участников коммуникации, их культурным обычаям),

- контексту места, где происходит коммуникация,

- формату мероприятия,

- временному контексту,

- ожиданиям общества.

Уместность включает в себя и правила этикета, и визуальную культуру, и дресс-код, и добавляет к этому реальный жизненный контекст. Она отвечает на вопрос: правильно ли работает этот образ здесь, сейчас, на этом человеке и для его задачи?

Ситуационная уместность отвечает на вопрос: соответствует ли одежда той ситуации, в которой находится человек (работа, торжественное мероприятие, детский праздник,

свидание и так далее). Каждая ситуация предполагает свой допустимый диапазон того, как человек должен выглядеть.

Ситуационная уместность — это фундамент. Если здесь ошибка, все остальные достоинства образа уже не спасают. Женщина может быть одета дорого, модно и даже эффектно, но если она пришла в офис как на курорт, как на семейный дневной праздник или как на вечерний коктейль, для окружающих она будет выглядеть неуместно.

Социально-культурная уместность. Здесь речь идет о понимании среды, людей и негласных норм, куда человек собрался. Она отвечает на вопрос: "Среди каких людей он находится и какой внешний вид здесь считается приемлемым?". Один и тот же образ может быть уместным в одной социальной группе и неуместным в другой.

У каждой среды и общества есть свой негласный визуальный этикет. Например, в креативной индустрии допустимо выглядеть модно, необычно и даже эксцентрично. В консервативной профессиональной среде тот же уровень визуальной выразительности может восприниматься как демонстративность, несерьезность или даже как неуважение к коллегам, партнерам и клиентам.

Социально-культурная уместность включает понимание того, как в конкретной среде или обществе принято выражать уважение, дистанцию, статус, вкус, скромность, женственность, профессионализм. Это уже вопрос не только одежды, но и культурного кода. Здесь становится видно, чув-

ствует ли человек пространство, в которое вошел, или живет в отрыве от него.

Уместность среды (места) отвечает на вопрос: "В каком месте все происходит и как здесь будет уместно выглядеть?". Например, ресторан у моря и ресторан в центре большого города — это разные среды. Театр в курортном городе и премьера в столичном академическом театре — тоже.

Среда диктует свои ожидания: культурные, социальные, эстетические и влияет на допустимую степень открытости, нарядности, расслабленности, декоративности, модности, телесности и статусности.

Временная уместность. Это вопрос уместности внешнего вида для конкретного времени суток, сезона, погоды и общего календарного контекста.

Например, то, что естественно в образе вечером, может выглядеть избыточно днем. Вечер терпит больше глубины цвета, блеска, декоративности, нарядности, выразительности аксессуаров, более тонких тканей, большей визуальной плотности макияжа и украшений. День требует большей ясности, практичности, сдержанности и естественности.

Другой пример. Человек может выглядеть неуместно, если он визуально "живет" не в том климатическом режиме. Например, он надевает костюм из легкой льняной ткани зимой, тяжелые темные плотные вещи в жару или выбирает одежду в осенней цветовой палитре весной.

Под уместностью относительно временного контекста в

более широком смысле понимается соответствие внешнего вида эпохе и современным тенденциям. Быть уместным – это соответствовать времени, в котором живет человек.

Можно быть прилично и аккуратно одетой, но выглядеть так, будто представления о моде застыли на отметке двадцатилетней давности. Формально нарушений нет, но такой образ считается как устаревшая система координат.

Ролевая уместность. Она отвечает на вопрос: "В какой роли сейчас находится человек?". Одна и та же женщина в течение дня может быть в совершенно разных ролях: мать, руководитель, подруга, спикер, гостя вечера. Роль определяет степень заметности: задача может стоять как "быть красивой", или "выглядеть достойно", или "поддержать событие, не перетягивая внимание". И для каждой роли будет уместно выглядеть определенным образом.

Коммуникативная уместность. Этот слой уместности отвечает на вопрос: "Какое впечатление должен производить внешний вид человека в данных обстоятельствах?". Например: вызывать доверие (юрист), выказывать уважение к людям или событию (участие в торжествах, связанных с памятливыми датами), не затмевать другого человека (на свадьбе) или, наоборот, делать вас центром внимания (ведущий мероприятия), продемонстрировать серьезность (ученый), обозначить статус (руководитель), создавать или сокращать дистанцию (образование или психология).

Этическая уместность или соответствие правилам

этикета. Иногда одежда может быть эффектной, дорогой, современной, но неэтичной по отношению к ситуации. Например, неуместно выглядит чрезмерная нарядность или открытость там, где требуется сдержанность и более закрытая форма одежды. Это может касаться религиозных пространств, церемоний, мероприятий с обозначенным форматом одежды.

Визуальные коды образа

Одежда это язык. Даже если человек не знает правил моды, он всё равно бессознательно считывает визуальные сигналы. Поэтому важно не просто покупать красивые вещи, а понимать, какое впечатление они создают, насколько это впечатление соответствует вашей личности, возрасту, целям и ситуации, и не противоречат ли элементы образа друг другу.

Визуальные коды образа – это условные знаки, которые транслирует наш внешний вид. Это система признаков (форма, пропорции, цвет, фактура, детали, укладка волос, макияж), которые в совокупности создают устойчивую ассоциацию и определенное восприятие человека окружающими.

В любой культуре разные виды одежды, обуви и аксессуаров, их цвет и материал, а также манера одеваться и подавать себя в обществе давно наделены определенными смыслами. Когда мы видим другого человека, наш мозг моментально считывает визуальные сигналы, которые передает его внешний вид. Мы сопоставляем их с тем, что уже когда-то видели и с тем, что нам уже знакомо и делаем выводы об этом человеке.

Впечатление от внешнего вида возникает очень быстро. Мы буквально за пару мгновений решаем: "Эта женщина выглядит статусно", "Эта - взрослая, а выглядит как малень-

кая девочка", "Вон та выглядит как-то простовато", "А этой можно доверять".

Тема визуальных кодов одна из самых недооцененных в обучении персональному стилю, потому что большинство книг учат сочетать вещи, но почти не объясняют, что одежда это не просто ткань и фасон, а система визуальных сигналов, которые окружающие считывают автоматически, даже если сами этого не осознают.

Одежда никогда не бывает нейтральной. Она всегда "разговаривает" с окружающими еще до того, как человек сам начал что-то говорить. Даже если он уверяет, что оделся "как попало, на скорую руку, лишь бы было удобно", его внешний вид все равно производит определенное впечатление. Вопрос только в том, осознанно ли это впечатление создается или случайно "так получилось".

Ключевая мысль: знание визуальных кодов помогает не только выглядеть красиво, но и понимать, какое впечатление создаёт образ и соответствует ли оно ситуации, возрасту, роли человека, а главное – его целям.

Это особенно важно сегодня, потому что современная мода смешала огромное количество кодов между собой. На подиуме могут сочетаться рабочая куртка и вечернее платье, спортивные штаны и каблуки, детские рюши и агрессивный макияж. Но проблема в том, что обычный человек часто не понимает: подиум показывает художественный эксперимент, а не готовую инструкцию для повседневной жизни.

В результате люди начинают собирать образы не по логике визуального сообщения, а по принципу "мне понравилась эта вещь". Но одежда не существует отдельно от контекста. Каждый элемент уже несёт определённую ассоциацию и культурный смысл.

Например, брюки карго действительно несут утилитарный и дорожный визуальный код. Они ассоциируются с практичностью, движением, удобством, активностью, неформальностью, иногда даже с лёгкой грубостью или милитари-эстетикой. Да, модная индустрия может временно встроить их в вечерний или деловой контекст, но массовое восприятие всё равно будет частично считать исходный код. Поэтому в пространстве высокой формальности карго часто создают ощущение стилистического конфликта.

Точно так же платье с мелким цветочным принтом, рюшами, наивным силуэтом и "сахарной" подачей может транслировать детский, девичий или инфантильный код. Проблема не в самом цветочке или рюшах, а в степени концентрации этих сигналов. Если взрослая женщина не понимает, какой образ создаёт, она может выглядеть не романтично, как ей кажется, а несерьёзно или психологически незрело.

Сразу же нужно сделать важное уточнение, чтобы избежать слишком жёсткого деления на "можно/нельзя". Визуальный код это не приговор вещи, а преобладающее впечатление, которое она создаёт.

Платье в цветочек может выглядеть инфантильно, как

расслабленный курортный образ, интеллигентно и женственно, как винтажная эстетика, как современная романтика. Всё зависит от масштаба рисунка, кроя, ткани, обуви, аксессуаров, степени декоративности, возраста женщины, подачи, контекста.

Это значит, что не стоит воспринимать систему кодов слишком буквально: "цветочек нельзя", "рюши нельзя", "карго нельзя". А задача книги не запретить элементы, а научить видеть их смысл и степень влияния.

Важность понимания визуальных кодов в том, что они влияют на социальное и личное восприятие. Люди действительно считают одежду намного быстрее, чем характер, интеллект или профессиональные качества. Это происходит автоматически. Человек ещё ничего не сказал, а мозг уже сделал десятки выводов: насколько он взрослый, серьёзный, статусный, безопасный или опасный, сексуальный или асексуальный, современный или "застрявший" во времени, собранный или хаотичный, уверенный или тревожный, принадлежащий к своей среде или нет.

Именно поэтому **знание визуальных кодов помогает управлять впечатлением.** Причём это не манипуляция, а грамотная коммуникация через внешний вид. Например, умело используя те или иные визуальные коды, вы можете усиливать авторитет, выглядеть профессиональнее, современнее, мягче или жёстче, добавлять женственность или уменьшать степень сексуальности, выглядеть более зрелым

или энергичным, транслировать надёжность, создавать ощущение статуса, выглядеть доступнее или, наоборот, устанавливать дистанцию.

Визуальный код — это не ярлык на человеке и не приговор. Одежда не раскрывает душу буквально и не дает стопроцентной правды о характере, но она действительно создает определенное впечатление о человеке. И если вы хотите им управлять, то будет недостаточно просто покупать хорошие вещи.

Нужно разобраться, какие именно признаки в одежде дают нужный визуальный сигнал, а какие этот сигнал ломают. Вещь может быть модной, качественной и красивой, но при этом транслировать не то сообщение, которое вам нужно.

Как только появляется понимание визуальных кодов, гардероб становится инструментом для управления впечатлением. Для этого перед покупкой нужно спросить себя: "Что эта вещь транслирует?", "Какое впечатление она производит?", "Поддерживает ли она тот образ, который мне нужен?", "Не тянет ли она меня в другой визуальный сценарий?"

Нередко проблема бывает не в самой вещи, а в столкновении, конфликте разнонаправленных визуальных кодов. Некоторые люди не понимают, почему образ "не работает", хотя каждая вещь по отдельности им нравится. Но он считается не по отдельным предметам, а как единая система сигналов. Примеры конфликтов визуальных кодов:

- дорогая сумка + подростковое платье;
- сексуальная обувь + детский визуальный код;
- строгий жакет + инфантильная причёска;
- деловой костюм + ультра-сексуальные детали;
- романтическое платье + слишком жёсткий макияж;
- деловой костюм + пляжная обувь;
- лицо и подача взрослой женщины + одежда подростка;
- роскошная вечерняя сумка + максимально бытовая

одежда;

статусный образ + инфантильные аксессуары.

Такие конфликты в образах могут восприниматься окружающими как неадекватность. Человек выглядит так, будто разные части его образа принадлежат разным ролям, возрастам, ситуациям или даже личностям. В итоге, окружающие по такому внешнему проявлению делают вывод о внутренней несогласованности человека.

Кстати, **визуальные коды помогают человеку не только влиять на окружающих, но и лучше понимать самого себя.** Для этого надо просто отследить свои реакции на те или иные образы, или одежду. Она нередко подсвечивает то, как человек воспринимает свой возраст, принимает ли свою взрослость или пытается казаться моложе, боится ли выглядеть сексуально или серьёзно; а возможно, избегает ли внимания, хочет ли раствориться в толпе, хочет ли казаться "удобным" или, наоборот, доминировать; хочет ли нравиться противоположному полу.

Иногда женщина говорит: "Я хочу выглядеть элегантно и привлекательно", а её гардероб полностью построен на подростковых, домашних или бесполох кодах. И пока она этого не осознает, проблема не решится даже при покупке новых вещей.

Одна из важных функций визуальных кодов – использование их как маркера принадлежности к определенной среде, обществу. Люди бессознательно используют одежду как способ определить "свой" перед ними человек или "чужой", понимает ли он правила среды, уважает ли контекст, соответствует ли уровню мероприятия или сообщества.

Именно поэтому женщина может чувствовать себя неловко не потому, что плохо одета, а потому что её визуальный код не совпадает со средой, в которую она попала. То есть одежда это ещё и социальный пароль.

Визуальные коды это не только про одежду, но и про степень зрелости образа.

Современная культура очень активно романтизирует подростковость через инфантильные силуэты, наивные принты, "девочковость", нарочитую незрелость, гиперкомфорт, отказ от взрослой собранности образа. Но зрелая привлекательность работает по другим законам.

Поэтому знание визуальных кодов особенно важно для аудитории 45+. Нередко в этом возрасте женщины чувствуют: "Я уже выросла из этих образов", но не могут понять,

что надо изменить в своем гардеробе, чтобы начать выглядеть по-другому.

Важно помнить, что визуальный код образа не создается одной вещью. Это всегда система признаков, а не одиночный маркер. Например, не стоит считать, что если вы надели кеды, образ стал подростковым, или если взяли сумку строгой формы, образ стал сразу деловым, надели летящее платье – и уже выглядите женственно. Все зависит от того, какие другие элементы присутствуют в образе.

Устойчивость набора одинаковых признаков делает визуальный код читаемым. Например, если в образе есть четкие линии, плотная фактура, сдержанная цветовая гамма, качественная обувь, умеренность в деталях, а силуэт выглядит структурированным, то окружающие, вероятно, сочтут такой образ деловым, взрослым, авторитетным.

Если же в одежде много мелких, трогательных деталей, наивных принтов, буквальной декоративности, легковесных тканей и подчеркнутой "милоты", то впечатление будет уже другим — более детским, инфантильным, зависимым или недостаточно серьезным. Человек может и не планировал производить такой эффект, но его одежда сама говорит за него через визуальные коды.

Роль контекста в считывании визуальных кодов

Контекст играет важную роль в считывании визуального кода. Один и тот же жакет, платье, степень декоративности или расслабленности могут производить разное впечатление в зависимости от того, кто это носит, где, в каком обществе, в какой ситуации и в какое время года.

Образы оцениваются не только по критериям "красиво, модно, подходит внешности". В реальной жизни одежда считывается через сопоставление с обстоятельствами: окружающие оценивают не только сам образ, но и то, насколько он уместен в конкретной ситуации.

Ошибки в гардеробе могут возникать из-за разрыва между визуальным кодом образа и допустимой уместностью. Вещи могут быть качественными, актуальными, эстетичными, но если они не совпадают с контекстом, то образ окажется неуместным.

Например, расслабленный визуальный код, который прекрасно работает в повседневной городской жизни, на прогулке, в поездке, в кафе или на отдыхе, может выглядеть неуместным в деловой или экспертной среде.

И наоборот: официальный визуальный код может внушать доверие в бизнес-сфере, но казаться тяжеловесным и напряженным в другой социальной среде, где от человека ждут

естественности и дружелюбной доступности.

Возраст — один из самых сильных контекстов, потому что он меняет не только восприятие одежды, но и ожидания окружающих. Одна и та же вещь на двадцатилетней девушке и на взрослой женщине редко считается одинаково. И дело здесь не в запретах из серии "в вашем возрасте это нельзя" - такой подход примитивен.

Дело в другом: от образов на взрослых людях мы подсознательно ожидаем большей цельности и осмысленности в подаче. Поэтому некоторые визуальные коды, которые в образе молодой девушки читаются как естественные, легкие и органичные, в образе взрослой женщины могут выглядеть инфантильно, а порой и нелепо.

Например, подчеркнутая наивность, девчачковость, чрезмерная и буквальная романтичность, слишком короткая длина, мелкая трогательная декоративность в зрелом возрасте могут восприниматься не как легкость, а как попытка удержаться за чужой возрастной код.

Речь не о том, что взрослая женщина должна одеваться скучно или строго, а о том, что живость, женственность, современность и даже мягкость во взрослом гардеробе требуют другой формы выражения.

Социальная среда влияет на считывание визуальных кодов не меньше, чем возраст. Одежду оценивают относительно нормы того общества, в котором человек находится. В одной среде сдержанность, лаконичность и отсутствие явной

демонстративности воспринимается как высокий уровень, хороший вкус и уверенность в себе. В другой - та же сдержанность может показаться простой, незаметной или даже "бедной".

И наоборот, активная декоративность, подчеркнутая нарядность, видимые признаки усилий по созданию образа в одной среде будут считываются как "роскошная женщина", а в другой — как избыточность, провинциальная нарядность и недостаток вкуса.

Профессия — более конкретный срез социальной среды. У каждой профессии есть свои визуальные ожидания, даже если они нигде официально не записаны. У общества уже есть устойчивый образ, как должен выглядеть преподаватель, юрист или врач. Здесь профессия задает рамку доверия, а одежда, если соответствует ожиданиям, укрепляет его, а если не соответствует, то разрушает.

Например, в профессиях, связанных с компетентностью, ответственностью, экспертностью, финансовыми вопросами, обучением, организацией и управлением, работают визуальные коды строгости, аккуратности, взрослости. Если человек в такой роли выглядит явно модно, как подросток, расслабленно или сексуально, это может ослаблять доверие.

В творческих, модных, арт-средах, наоборот, чрезмерная правильность и стандартная собранность могут выглядеть скучно и безлико. Там ожидается визуальная трансляция наличия вкуса, насмотренности, индивидуальной интонации.

Уровень формальности ситуации — один из самых очевидных, но при этом часто нарушаемых контекстов. Один и тот же образ может прекрасно подходить для дружеского выхода, отдыха и быть неудачным для официальной встречи или посещения театра.

Первая ошибка — недобор формальности, когда одеваются расслабленно и буднично туда, где от образа ждут большей структурности, уважения к событию. Вторая — перебор с формальностью, когда человек выглядит официально или нарядно там, где обстановка этого не требует.

Культурная среда также влияет на то, как будут считаны визуальные коды вашего образа. Разные страны, города, поколения, социальные классы и даже семейные традиции по-разному трактуют одни и те же сигналы. То, что в одной культуре читается как статус, в другой может считываться как холодность и отстраненность.

Например, в некоторых европейских странах сдержанный стиль одежды считается хорошим тоном, а на территории постсоветских стран такую манеру одеваться называют скучной. Или, наоборот, то, что у нас воспринимается как женственность, в других странах может считаться избыточной демонстративностью на грани с вульгарностью.

Какие элементы и как влияют на визуальный код

СИЛУЭТ

Силуэт — это один из носителей визуального кода в одежде, который формируется как итог взаимодействия линии плеч, талии, бедер, длины, объема, степени прилегания и общего распределения массы одежды по фигуре.

Прямой силуэт

Прямой силуэт — один из самых универсальных и значимых для современного гардероба. В нем линия одежды идет более или менее ровно от плеч вниз, не делая акцента ни на талии, ни на расширении книзу. Это не обязательно полностью свободная форма; он может быть ближе к телу или более расслабленным, но его главная черта — отсутствие резких перепадов объемов и общая визуальная сдержанность.

Такой силуэт считается как спокойный, рациональный, взрослый, современный и уверенный. Он не заигрывает с телом и не подчеркивает женственность, поэтому производит впечатление устойчивости, ассоциируется с компетентностью, собранностью, зрелостью. На нем легко строятся интеллигентные и статусные, повседневные образы.

Полуприлегающий силуэт

Полуприлегающий силуэт — один из самых "человечных" и психологически комфортных. Он повторяет очерта-

ния фигуры, но не обрисовывает тело буквально: между ним и одеждой остается воздух и дистанция, поэтому он воспринимается как гармоничный, зрелый и женственный.

Такой силуэт особенно хорошо работает там, где нужно совместить женственность, мягкость, привлекательность с достоинством и уважением. Для взрослой женщины это один из самых надежных силуэтов, потому что не уводит образ в инфантильность, избыточную строгость или в дешевую сексуальность.

Приталенный силуэт с явным акцентом на талии

Приталенный силуэт с явным акцентом на талии позволяет более отчетливо считывать фигуру. В нем есть явное разделение на плечи, талию, бедра, а значит, в образе появляется тема фигуры как значимого объекта внимания.

Такой силуэт может производить впечатление женственности, ухоженности, собранности, иногда респектабельности и даже некоторой театральности. Все зависит от того, насколько акцент на талии выражен, какова длина, объем плеч и бедер, какая ткань и есть ли современность в пропорциях.

Силуэт "песочные часы"

Силуэт "песочные часы", где подчеркиваются одновременно бюст, талия, и бедра, считается еще более выразительно, поскольку строится на сбалансированной, подчеркнута женской форме.

Такой силуэт традиционно ассоциируется с классической женственностью, сексуальной привлекательностью и наряд-

ностью. Здесь фигура не просто просматривается, а становится центральным элементом образа.

А-силуэт

А-силуэт — это форма, более узкая в плечах и расширяющаяся книзу. Он может проявляться в юбках, платьях, пальто, иногда в топах или туниках, но в целом главное его ощущение — мягкое раскрытие формы.

Такой силуэт считается как более мягкий, женственный, плавный, спокойный, иногда романтический и более традиционный. Но здесь важно внимательно выбирать юбки и платья. Чистый лаконичный А-силуэт из хорошей ткани может выглядеть благородно. В то же время слишком пышный, декоративный, без должного окружения в образе, может выглядеть инфантильно или старомодно. Здесь важна современность объема.

О-силуэт

О-силуэт (кокон, овальный или округлый) мало подчеркивает очертания фигуры, а наоборот, создает объемную, но управляемую массу (кокон) вокруг нее. Он выглядит модно, современно, интеллектуально, сложно, иногда артистично, потому что отходит от привычной подачи красоты фигуры, а работает как самостоятельная форма.

Цель О-силуэта не показать женские формы, а создать выразительный объем, за счет чего возникает ассоциация с дизайном, насмотренностью, модной смелостью и более тонким вкусом.

Однако округлый силуэт капризен. Если объем не организован, а вещь просто большая, бесформенная, то в образе вместо интеллектуальной модности появляется рыхлость и тяжесть. Создается впечатление, что человек хочет спрятаться или просто выбрал не свой размер одежды. Поэтому коконообразные или овальные силуэты требуют точности пропорций и качественных тканей, которые хорошо держат форму.

Y-силуэт

Y-силуэт, или силуэт с акцентом на верхнюю часть (как перевернутый треугольник основанием вверх), образуется, когда плечи визуальнее шире, чем низ. Он считается как более сильный, властный, энергичный и ассоциируется с уверенностью, лидерством, внутренним стержнем, доминированием.

Широкая, оформленная линия плеч визуальнее напоминает доспехи. Поэтому жакеты, пальто с четкой и даже расширенной линией плеча моментально добавляют образу визуальный статус. Но если акцент на плечи будет агрессивным, а все остальное в образе будет усиливать его жесткость, такой силуэт может считываться как суровый, принадлежащий человеку, "делающему карьеру любой ценой".

Оверсайз-силуэт

Оверсайз-силуэт — один из самых сложных для массового понимания. Это не просто "вещь на пару размеров больше", а форма, в которой объем одежды заметно отходит от

тела и становится самостоятельной частью образа.

Такой силуэт может считываться как современный, ослабленный, модный, свободный, иногда творческий. Но если он создан из неправильных вещей, то будет выглядеть неряшливо, как будто на человеке одежда с чужого плеча или он хочет защититься от внешнего мира.

Оверсайз может восприниматься как дорогой и сильный, потому что хорошо организованный объем ассоциируется со свободой от стереотипов, что женщина должна подчеркивать фигуру, с внутренней уверенностью, с принадлежностью к современной визуальной культуре.

Человек в таком образе не доказывает свою привлекательность через тело, а управляет образом на более сложном уровне. Но если объем не выстроен, нарушены пропорции, ткань тонкая, не держит форму, не продумана длина, то вместо уверенной свободы получается визуальная небрежность. Поэтому оверсайз — это не универсальное решение.

Облегающий силуэт

Облегающий силуэт — один из самых прямолинейных. В нем одежда плотно повторяет линии тела, не оставляя между ним и тканью пространства. Такой силуэт считывается как телесный, сексуальный, открытый, демонстративный, и крайне редко воспринимается как элегантный или статусный.

В такой одежде внимание окружающих фокусируется не на общем характере образа, а на формах человека. Это авто-

матически усиливает тему физической привлекательности, а вместе с ней — тему оценки, демонстрации, телесной доступности или желания понравиться. Для зрелого гардероба такой силуэт рискован, потому что упрощает образ и лишает его сложной выразительности.

Мягкий текучий силуэт

Мягкий текучий силуэт, в котором линии не строгие, а плавные, ткани подвижные, форма струится вокруг фигуры, считается как более деликатный, женственный, чувственный, романтичный.

Здесь нет жесткой конструкции, и если форма одежды удерживается хорошей длиной, тканью и пропорцией, то такой силуэт может выглядеть красиво и дорого. Текучие линии всегда считаются как менее властные и агрессивные и создают впечатление гибкости, эмоциональной теплоты и мягкого присутствия.

Но если в мягком силуэте мало структуры, он может восприниматься как домашний. Поэтому для него особенно важны качество ткани и ясность общей формы.

Жесткий структурный силуэт

Жесткий структурный силуэт построен на четких линиях, оформленных плечах, ясных границах формы, на плотных тканях. Он считается как сильный, взрослый, собранный, властный, профессиональный, дистанцированный.

Такой силуэт создает впечатление компетентности и контроля, поэтому он используется в визуальных кодах власти,

статуса, профессионализма. Важно, чтобы одежда, формирующая такой силуэт, была хорошо подобрана и адаптирована под фигуру и пропорции конкретного человека.

Симметричный и асимметричный силуэт

Симметрия воспринимается как порядок, устойчивость, предсказуемость, зрелость, формальность и контроль. Симметричные формы лучше работают на классику, статус, деловой код, традиционную элегантность.

Асимметрия дает более живое, модное, творческое, подвижное впечатление. Она нарушает предсказуемость, а значит, сразу усиливает индивидуальность и сложность образа. Но при этом и риск возрастает: там, где симметрия выглядит достойно и понятно, асимметрия может восприниматься как странность.

Сложный многослойный силуэт

Сложный многослойный силуэт воспринимается как творческий или интеллектуальный, богемный или демонстративно модный. В нем считается не одна простая форма, а несколько уровней: один объем поверх другого, разные длины, смещения, разрывы линий.

Такой силуэт требует большей насмотренности и потому считается как менее бытовой. Он может выглядеть интересно и современно, если собран на качественных фактурах. Однако он также легче других уходит в неряшливость, визуальную тяжесть и стилистическую кашу.

Чем сложнее образ, тем проще его испортить, потому что

здесь мало просто "накидать слоев", - нужна четкая иерархия линий, иначе вместо сложного вкуса получится беспорядочное нагромождение одежды.

КРОЙ

Крой показывает, насколько вещь проста или сложна по конструкции, насколько точно она построена. Из-за различий в крое две вещи одного цвета и даже близкого силуэта могут производить совершенно разное впечатление.

Простым кроем называют такой, где форма вещи строится на ясной, легко считываемой основе и не перегружена множеством дизайнерских приемов. Сложный — это крой, в котором может быть нестандартная линия плеча и посадка рукава, архитектурный воротник, асимметрия, драпировки, защипы, рельефы, сложная работа с объемом, переходами и направлением ткани.

Простой, но качественный крой может восприниматься как благородный, дорогой, взрослый, спокойный, интеллигентный и современный, если вещь держится на точной посадке и достойной ткани. Такой крой хорошо работает на статус и элегантность.

Сложный крой может восприниматься как интеллектуальный, дизайнерский, выразительный, если его сложность оправдана и подчинена общей идее формы. Такая вещь выглядит продуманной, в ней считывается работа с объемом, ритмом, архитектурой тела.

Сложный крой усиливает коды творческой подачи, инди-

видуальности, модности, выразительности и нарядности. Он делает вещь более "говорящей", вопрос только в том, что именно она говорит и насколько это сообщение совпадает с задачей образа.

Если конструктивных приемов много и при этом они конфликтуют друг с другом, если сложность кроя нелогична, то вещь выглядит вычурно и нелепо. Также сложный крой быстрее стареет визуально, потому что необычные конструктивные решения сильнее привязаны к конкретным модным трендам. То, что когда-то выглядело модно, через несколько лет может восприниматься как характерный прием прошлых сезонов.

Плечи

Плечи задают верхнюю рамку образа и во многом определяют характер присутствия человека в пространстве. Если они четкие, хорошо построенные, то образ воспринимается как более управляемый, волевой, уверенный.

Графичное, чрезмерно подчеркнутое плечо транслирует жесткость, дистанцию, властность, возможно, агрессивность. Смягченная линия плеча делает образ менее официальным, а более уютным, мягким, деликатным.

Если плечо вообще отсутствует, а верхняя часть одежды не держит форму, образ может выглядеть вялым, безвольным, неуверенным или домашним.

Воротник

Воротник находится близко к лицу и задает характер

верхней части образа, определяя будет ли вещь выглядеть более строгой и официальной или более мягкой, старомодной или более трендовой.

Четкие воротники с графичной линией, хорошей формой усиливают впечатление порядка, дисциплины, формальности. Мягкие или раскрытые воротники воспринимаются как менее официальные, более женственные или расслабленные. Округлый или мелкий, декоративный воротник может увести вещь в более инфантильный или даже устаревший визуальный код.

Сложный воротник с активной формой способен сделать вещь интереснее, но также легко привязывает ее к определенному периоду в моде. Поэтому воротник может выдать старомодность одежды быстрее, чем общий силуэт.

Талия

Если талия даже умеренно обозначена, это усиливает проявленность фигуры, а вместе с ней — тему женственности или даже подчеркнутой телесности.

Если талия обозначена без усиления, это может выглядеть благородно и выигрышно. Если она подчеркнута с акцентом, например, с жестким поясом, сильным утягиванием, резким перепадом между грудью, талией и бедрами, — образ считается как более драматичный, скульптурный, возможно, как трендовый или даже как настойчиво привлекающий внимание к фигуре.

Драпировки

Драпировки выводят вещь из зоны простого края формы в зону более активной пластики, создавая движение и мягкость. Драпировки могут красиво работать на женственность, деликатную выразительность, смягчение формы, накрытие особенностей фигуры.

То, как драпировка влияет на визуальный код образа, зависит от ее масштаба, места расположения и характера ткани. Легкая, архитектурно понятная драпировка может выглядеть современно и благородно. Множественные драпировки могут выглядеть как избыточная декоративность или старомодный элемент.

Карманы

Карманы влияют на стиль, статус и на уровень утилитарности образа, поскольку они не бывают полностью нейтральными. Их размер, форма, расположение, наличие клапана, его заметность сразу добавляют вещи определенный характер.

Крупные накладные карманы делают вещь более функциональной, практичной, грубоватой, но при этом и трендовой, если их форма совпадает с модными тенденциями. Они усиливают утилитарность, повседневность, добавляют визуальный код спорта, рабочей одежды или стилей милитари, сафари.

Такие карманы делают вещь визуально менее формальной и более функциональной, усиливают впечатление повседневности, приближают вещь к утилитарному или городско-

му визуальному коду.

Это может быть хорошо, если нужен расслабленный, современный или практичный образ. Но в статусной, изящной, вечерней или лаконичной одежде наличие заметных, а тем более акцентных, карманов снижает уровень визуальной дороговизны образа.

Необычные карманы, а также с декором, активной строчкой или фурнитурой, в том числе и множество карманов, могут уводить вещь в избыточную декоративность.

Напротив, одежда с прорезными, скрытыми, невидимыми карманами считается как более спокойная, визуалью дорогая, взрослая. Клапаны добавляют конструкции и некоторой официальности, но могут и увести вещь в ретростиль, если они будут выполнены в устаревшем дизайне.

Застежки

Молния, пуговицы, кнопки, крючки, планка, асимметричная застежка — все это влияет на то, насколько вещь выглядит простой, технической, классической, современной, утилитарной или сложной.

Визуальный код образа может измениться в зависимости от того, открыта ли застежка/молния (добавляет точку внимания в образе, усиливает утилитарность) или скрыта (уменьшает визуальный шум), выполнены ли пуговицы в тон одежде или контрастные (усиливается декоративность).

Крупная декоративная фурнитура уводит вещь в более активный, нарядный, вечерний или более дешевый визуальный

код. Незаметная фурнитура делает вещь дороже на вид, потому что оставляет в центре внимания форму, а не детали.

ДЕКОРАТИВНОСТЬ

Декоративность в одежде — это все те элементы, которые не нужны вещам для их базового существования, но добавлены в качестве дополнительного украшения, усиления выразительности и эмоционального эффекта. Декоративность вызывает определенные ассоциации и поэтому ощутимо влияет на визуальный код.

К декоративности относятся:

- банты, аппликации, пайетки, стразы, вышивка, бусины, жемчуг, накладные цветы;
- кружево, оборки, воланы, рюши, декоративные сборки;
- контрастная отделка, контрастные канты, художественная строчка;
- тесьма, бахрома, декоративные шнуры;
- перфорация, фигурные края, вставки из другой ткани;
- металлический декор, пряжки, цепи, декоративные пуговицы;
- логотипы как украшение, фактурный декор на ткани;
- а также любые элементы, которые делают вещь не просто функциональной, а нарочито оформленной.

Главный эффект декоративности в том, что она делает образ по-особенному оформленным, подчеркнутым, нарядным, игривым или театральным. Декоративность увеличивает эмоциональность вещей, а значит - влияет на визуальный

код образа. Лаконичная вещь оставляет пространство для интерпретации, а декорированная сама подсказывает, как ее нужно читать.

Общий принцип таков: чем выше степень декоративности, тем сильнее вещь отходит от кодов спокойствия, статуса, интеллектуальной сдержанности и лаконичности и тем ближе подходит к кодам нарядности, женственности, театральности, демонстративности, романтичности или инфантильности.

Чем меньше декоративности, тем больше шансов, что вещь будет считываться как взрослая, спокойная, дорогая. Такая одежда не пытается понравиться за счет дополнительного украшения, не отвлекает от формы и качества визуальными эффектами. Она держится на линии, посадке, материале, пропорциях.

Однако это работает только в том случае, если вещь сильная по качеству исполнения. Если форма, ткань, посадка посредственные, отсутствие декора не сделает вещь более дорогой.

Высокая декоративность — это не просто украшение, а один из главных языков вещи, которая производит впечатление через заметность отделки, декора, нарядности, выразительности. Такие вещи редко бывают "на каждый день" в полном смысле слова, поскольку транслируют конкретный визуальный код: праздничность, подчеркнутую женственность, театральность, романтичность, чувственность, экс-

центричность, гламурность, этническую выразительность, богемность, иногда даже визуальную агрессию. Сильный декор делает вещь менее нейтральной и менее адаптируемой под разные контексты.

Умеренная декоративность, когда вещь имеет какие-то выразительные детали, – это менее рискованный вариант для большинства гардеробов. Например, аккуратная вышивка в небольшом объеме, деликатная контрастная отделка, изящные пуговицы, небольшая перфорация, спокойная тесьма, или благородная фактурная отделка, сдержанное качественное кружево.

Такая декоративность может поддерживать код женственности, мягкости, внимания к деталям. Она помогает избежать визуальной пустоты, но не делает вещь избыточно украшенной. Такая сдержанная декоративность нужна тем, кто не чувствует себя органично в лаконичной одежде. Небольшой декор помогает сделать вещь более "живой", но при этом не удешевляет ее.

Разные виды декоративности транслируют разные визуальные коды.

Декоративность может добавлять в образ визуальный код нежности, статуса, наивности/инфантильности, сексуальности, демонстративной роскоши, этничности, торжественности или нарядности и так далее.

Женственно-декоративные элементы, такие как банты, цветы, фигурные края, ажурность, перламутровые пуго-

вицы, кружевные вставки, усиливают визуальный код "нарядной женственности". Проблема в том, что он далеко не всегда равен элегантности и нередко именно через такие детали образ уходит в старомодное представление о красоте: когда вещь должна быть не просто хорошо скроена, а обязательно украшена.

Здесь кроется типичная ошибка взрослого гардероба: женщина хочет выглядеть красиво и женственно, но выбирает не силу формы, благородство ткани, чистоту линии, а понятные ей знаки женственности из прошлого.

Романтическая декоративность — это рюши, оборки, воланы, бантики, нежная вышивка, мелкие трогательные детали, фигурные вырезы, декоративные манжеты, мягкие отделки. Она усиливает визуальные коды женственности, мягкости, деликатности, но в том числе и детскости, наивности, инфантильности. Все зависит от масштаба, формы и современности исполнения.

Если романтический декор мелкий, частый, "милый", то он считывается как детский и девичий, а при определенной подаче — устаревший. Если он более сдержанный, архитектурный, взрослый по масштабу и интегрирован в современную форму, он может выглядеть благородно и тонко.

Но романтическая декоративность никогда не дает ощущение силы, рациональности или статусной дистанции. Она смягчает образ, делает его более эмоциональным и менее деловым.

Праздничная и нарядная декоративность — это пайетки, стразы, люрекс, бисер, бусины, жемчужные нашивки, блестящая отделка, декоративный металл, аппликации, вышивка. Она усиливает коды нарядности, зрелищности, праздничности. Такой декор моментально переводит вещь в режим "особого выхода", даже если сама форма довольно простая.

Гламурная декоративность связана с подчеркнутой эффектностью: блестящие элементы, золото, цепи, заметные логотипы, крупные декоративные пряжки, стразы, камни, глянцевая отделка, выразительный металл. Она усиливает визуальный код демонстративного достатка, заметности, желания производить впечатление через очевидные маркеры.

Иногда такой декор может выглядеть эффектно и даже уместно в определенной социальной среде, где ценится яркая подача. Но в более сдержанных и визуально требовательных обществах такая декоративность считывается как избыточность, отсутствие меры или попытка прямолинейно заявлять о финансовом статусе.

Этническая и ремесленная декоративность — это вышивка, тесьма, кисти, бахрома, декоративные шнуры, орнаменты, ручная отделка, перфорация, плетение, аппликации с фольклорным или ремесленным характером. Она ассоциируется с рукоделием, народным творчеством, природой, теплотой, локальными традициями, свободой или богемностью.

Такой декор может хорошо поддерживать визуальные коды артистичности, теплой женственности. Однако здесь важна современность трактовки, поскольку один и тот же этнический прием может выглядеть либо как тонкий культурный акцент, либо как устаревшая "народность".

К утилитарной декоративности относятся декоративные молнии, кнопки, пряжки, ремни, заклепки, люверсы, шнуровки, клапаны, контрастная строчка, усиленные швы, декоративные карманы, погоны.

Утилитарная декоративность усиливает визуальные коды активности, энергии улицы, а возможно, власти, жесткости или агрессии. С одной стороны, такие элементы могут отсылать к рабочей, военной, спортивной, городской или байкерской эстетике. С другой, если их избыточное количество, - они нередко превращаются в декоративное излишество.

Как характер декоративности влияет на считывание визуального кода образа

Масштаб декоративности. Мелкий декор связан с визуальными кодами наивности, бытовой нарядности, традиционной "женской аккуратности". Он делает вещь более "дробной" и эмоционально многословной.

Крупный декор выглядит смелее и современнее, но он сильнее перетягивает на себя внимание, делая вещь менее универсальной. Крупная декоративная деталь может работать как сильный акцент, если она одна и если остальной образ ее выдерживает. Но если крупного декора много, вещь

становится тяжелой и крикливой.

Плотность декоративных элементов. Один вышитый элемент, один бант, одна декоративная пуговица и целая система отделки по всему изделию — это совершенно разные уровни сообщения.

Когда декора много, человек уже не управляет впечатлением, а обслуживает его. Образ выглядит как готовая роль: "романтическая женщина", "яркая женщина", "нарядная женщина", "гламурная женщина". И чем буквально эта роль, тем меньше в образе тонкости. Однако, одежда не должна полностью заменять собой личность.

Возраст, социальная среда и актуальность формы. То, что на молодой девушке выглядит как естественная игривость или модный эксперимент, на взрослой женщине может считываться как инфантильность или старомодность.

Визуальный код образа с декоративными элементами может считываться по-разному, в зависимости от того, в каком обществе вы находитесь. Где-то вам скажут, что милые розочки на блузе — это "женственно", а где-то, как в фильме "Служебный роман", наоборот, скажут: "Вон сидит та, в жутких розочках".

Также надо учитывать, что характер декора тесно связан с модными трендами определенного временного промежутка. Например, размер банта, форма пуговиц, характер отделки — все это может давать прямые отсылки к прошлым модным сезонам или десятилетиям. Если какой-то вид декоративно-

сти выглядел модным и эффектным несколько лет или десятилетий назад, то сегодня он может выглядеть устаревшим.

Качество исполнения декоративности. Один и тот же прием может работать совершенно по-разному в дорогом и дешевом исполнении. И это всегда хорошо видно, когда дешевые бренды пытаются повторить модели одежды из люкса.

Например, кружево может выглядеть как тонкая дорогая работа с фактурой, а может — как дешевая имитация "женственности". Бусины могут восприниматься как дорогая ручная работа, а могут — как стилистический мусор.

Надо проявлять особую внимательность при выборе вещей с каким-либо видом декора в низких ценовых категориях. Бренды, работающие в бюджетном и демократичном сегменте, используют декоративность как отвлечение внимания от низкого качества ткани, плохой посадки, старомодного кроя. Покупатели обращают внимание на яркие детали, но не сразу замечают огрехи производства одежды.

МАТЕРИАЛЫ, ТКАНИ И ФАКТУРЫ

Ткань, материал и фактура также являются носителями визуального кода. Они воспринимаются не только глазами, но и тактильно: даже если человек не трогает вещь руками, у него все равно возникает ощущение ее плотности, гладкости, сухости, мягкости, рыхлости, блеска, тонкости, тяжести, упругости.

Материал — это сырьевой состав или тип ткани: шерсть, хлопок, лен, шелк, вискоза, полиэстер, кашемир, кожа, зам-

ша, деним и так далее.

Ткань — это уже конкретное полотно с определенным переплетением, плотностью, толщиной, поверхностью и поведением. Например, шерсть может быть костюмной, пальтовой, рыхлой, гладкой, тонкой, ворсистой. Хлопок может быть в виде поплина, денима, сатина, батиста, трикотажа.

Фактура — это то, как поверхность ткани воспринимается визуально и тактильно: гладкая, матовая, блестящая, сухая, ворсистая, рыхлая, зернистая, пушистая, мягкая, прозрачная, глянцевая, шершавая, пластичная, жесткая. Сочетание материала, типа ткани и фактуры дает тот визуальный эффект, который потом считывается как визуальный код.

Гладкость и рыхлость

Ткани всегда влияют на степень формальности и визуального уровня вещи. Чем более качественной выглядит ткань, тем лучше она работает на визуальные коды статуса, взрослости, профессионализма, дороговизны, элегантности.

Если ткань выглядит рыхлой, нестабильной, тонкой, она уводит образ в сторону бытовой простоты, дешевизны, неряшливости или просто отсутствия визуальной опоры.

Да, рыхлая ткань может выглядеть уютно, тепло, расслабленно, натурально. Иногда это будет красиво и уместно, особенно в повседневной, зимней, загородной, природной эстетике. Но если рыхлости много и ткань размывает фигуру, образ будет выглядеть более просто. Вместо благородной расслабленности появляется впечатление бытовой простоты

или небрежности. Это особенно заметно в трикотаже, дешевых смесовых тканях, рыхлом хлопке, недорогих костюмных тканях, которые не держат форму.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.