

Таким образом, каждый человек может использовать цвет для того, чтобы посылать нужные ему цветовые сигналы и выглядеть при этом привлекательно. Понимание того, как цвет влияет на окружающих, даёт возможность создавать то впечатление о себе, которое нам необходимо в конкретных ситуациях. Знание наших лучших красок позволяет создавать баланс и гармонию между внешностью и одеждой.

В. А. МЕТАЕВА

Екатеринбург

РОЛЬ ИМИДЖЕЛОГИИ В ПРОЦЕССЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЧЕЛОВЕКА

В отличие от культуры двадцатого века, в которой одними из основных доминант были абстрагированное знание и утилитарность, приводившие к отчуждению личности и формированию управляемого сознания, новая культура ориентируется на самооценку человека как личности. Способность к саморазвитию, умение делать выбор, самостоятельность и ответственность, адекватность поведения новым культурным нормам дадут ему возможность уверенно чувствовать себя в любой ситуации. Иными словами, человек стоит перед вызовом двадцать первого века и необходимостью соответствовать новому типу культуры.

Достоинно принять этот вызов ему во многом помогает имиджология, интегрирующая на основе антропологической составляющей знания философии, психологии, педагогики, культурологии, политологии, а также разработки некоторых прикладных отраслей: стилистики внешности и одежды, голосо-речевой техники, физиогномики, кинесики и проксемики, этикета и др. Имиджология завоевывает прочные позиции в сфере обучения и консалтинга благодаря своей актуальности и значению для людей, рассматривающих свой образ и способы самопрезентации как инструмент самоизменения и саморазвития, а также как средство профессионального и жизненного успеха.

Имиджология рядом исследователей определена как человековедческая дисциплина, изучающая закономерности формирования и воздействия внешнего образа на психику людей, на их восприятие и поведение и помогающая овладеть эффективными механизмами этих процессов.

Наряду с известными зарубежными подходами в области формирования имиджа в российской имиджологии складывается своя отечественная школа, представленная, прежде всего, работами В.М.Шепеля. В.М.Шепелю принадлежит идея разработки российской концепции имиджологии, основанной на достижениях отечественной философии, психологии, физиологии и учитывающей лучший зарубежный опыт в исследовании механизмов сенсорного восприятия и экспрессии человека, взаимодействия сознательного и бессознательного, роли невербального общения, способов гармонизации личности и социума. В основе отечественной концепции имиджологии лежит гуманистическая идея создания привлекательного имиджа

человека путем возвеличивания его личности, высвечивании лучших личностных качеств и презентации их через внешность и поведение.

Российская школа имиджологии, в отличие от зарубежной, делающей акцент на преобразовании внешности, считает имиджирование личностным дизайном, смысл которого заключается в высвечивании, презентации в человеке его лучших личностных качеств, опору на его положительные качества и привлекательные визуальные характеристики.

Переведенное с английского как «образ, картинка» слово «имидж» в отечественной имиджологии обретает несколько иной смысл. В словаре В.Даля имеется трактовка слова как облика – совокупности внешних характеристик, благодаря которым лучше просматривается достоинство человека. Гармоничный имидж воплощается в облике, а облик (не лицо, а лик) предполагает наличие у человека образования, которое достигается в результате глубокой работы над собой по идентификации культуре. Новые внешние атрибуты образа приживаются тогда, когда у человека есть внутренние основания, культурная почва для этого – и тогда человек несет свою новую внешность, одухотворяя ее внутренней красотой.

Именно поэтому можно говорить об имидже как о производном духовной красоты, которая не возникает сама по себе, а требует внутренних преобразований. Действительно, человек ведет себя просто, свободно и естественно и его имидж органичен, когда его манеры, речь и внешность являются результатом образования и воспитания. Процесс образования человека как идентификация культуре выполняет имиджеформирующую функцию, и прекрасный лик возникает в результате духовной работы человека над собой.

В российской концепции имиджологии определены функции имиджа, среди которых можно выделить те, которые в определенной степени способствуют формированию ценностей: это функции социального тренинга, социально-символического опознавания, личностного и жизненного увековечивания. Реализация данных функций наполняет процесс формирования имиджа для человека особым смыслом. В этом процессе личность обретает ценности. Тогда и происходит образование, которое, как известно, передается с помощью знаний, а усваивается через смыслы.

Таким образом, российская концепция имиджологии утверждает гуманистические ценности, возвеличивание личности, приоритет личности над личиной, значимость ценностных функций имиджа, человекоберегающие, фасилитационные технологии, интегрированный подход к формированию и коррекции имиджа – все то, что помогает человеку обрести прекрасный облик, достойный великой России.