



Научная статья

УДК 316.6+376.2

Е. В. Сухина

Новосибирский технологический институт (филиал) Российского государственного университета им. А. Н. Косыгина, Новосибирск, image-effect@mail.ru

О. А. Кожемякина

Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, olgaleko@mail.ru

Позитивный имидж человека с физическими особенностями здоровья

Статья посвящена вопросу значения позитивного имиджа для человека, имеющего физические особенности здоровья. Рассмотрена степень влияния привлекательной внешности человека на формирование позитивного имиджа. Раскрывается суть психологии восприятия человеком с инвалидностью самого себя и восприятия его со стороны.

Ключевые слова: инвалид, лицо с физическим нарушением, имидж, позитивный имидж.

Original article

E. V. Sukhina

Novosibirsk Institute of Technology (branch) A. N. Kosygin Russian State University, Novosibirsk, image-effect@mail.ru

O. A. Kozhemyakina

Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, olgaleko@mail.ru

Positive image of a person with physical health features

This article is devoted to the issue of the importance of a positive image for a person with physical health characteristics. The article will consider the degree of influence of an attractive appearance of a person on the formation of a positive image. The essence of the psychology of perception of a person with a disability of himself and his perception from the side will be revealed.

Keywords: disabled person, person with a physical disability, image, positive image.

Проблема формирования имиджа людей с инвалидностью в рамках развития современного российского общества достаточно актуальна. Эстетическое восприятие человека при знакомстве выходит на первый план, большинство людей, получивших физическое увечье, с трудом воспринимают свою внешность, стараются закрыться от общения с другими людьми. Правильно сформированный образ, помощь специалистов из области психологии и дизайна одежды может помочь человеку справиться с проблемой. В дефектологии такое направление работы новое и перспективное. Продолжительное время вопрос формирования имидж в России считался пришедшим из западных стран, в научной среде он игнорировался



и не исследовался. Однако в наши дни невозможно представить, как без правильно сформированного имиджа можно адаптироваться в новом трудовом коллективе или другой социальной группе людей. Благодаря имиджу можно скрыть внешние недостатки и акцентировать внимание на достоинствах.

Самоотношение человека зависит и от восприятия внешнего облика себя и того, как этот облик воспринимают другие [2]. Исследования показывают, что личность с эстетическим внешним обликом становится оптимистичнее, что наилучшим образом сказывается на ее здоровье [1]. Внешний вид человека влияет и на гендерную идентичность личности, что тоже играет немаловажную роль в российском менталитете [4].

Учитывая важность имиджа, мы создали проект, цель которого – разработка дизайна костюма как визуального фактора имиджа людей с ограниченными физическими возможностями.

Задачи проекта:

- 1) провести предпроектное исследование по позитивному имиджу людей с физическими особенностями;
- 2) разработать эскизный проект;
- 3) провести оценку эстетических свойств моделей.

Этапы реализации проекта:

- 1-й этап – теоретические аспекты исследования позитивного имиджа людей с физическими особенностями;
- 2-й этап – опросы, анкетирование, фокус-группы;
- 3-й этап – концепция коллекции изделий;
- 4-й этап – обработка результатов исследования по оценке эстетических свойств моделей одежды.

В настоящей статье мы опишем первый этап проекта (теоретические исследования положительного имиджа людей с физическими особенностями).

Имидж – это явление, у которого нет национальности, пола и возраста. Он имеет общечеловеческое значение для отдельной персоны, организации и даже государства. Умение впечатлять людей, создавать достойную деловую репутацию, возвеличивать авторитет страны становятся основными задачами при формировании имиджа для отдельного человека, для объединений, союзов, бизнес-структур, профессиональных сообществ и страны в целом. Чтобы культура, менталитет, харизма людей, перенесших травму и оказавшихся в инвалидной коляске, или имеющих физический недуг от рождения стали заметны окружающим, необходимо намеренно формировать имидж.

Когда мы говорим о формировании имиджа, мы подразумеваем, что впечатление о личности или социальной структуре создается намеренно, в некотором смысле искусственно. Когда имидж сформирован, он становится доступным для восприятия окружающими. Впечатление от имиджа надолго остается в их сознании [3].

В имиджологии выделяют два понятия: корпоративный и персональный имидж. Корпоративный имидж – это общественное признание деловой организации. В современной России все чаще вопросы поднимаются корпоративного имиджа, так как являются актуальными. Это факт во многом способствует привлечению внимания к проблеме имиджа.

Предметом исследования имиджологии является имидж, в том числе персональный. Он воспринимается как виртуальная или реальная конструкция, состоящая из разнообразных средств опредмечивания личностного достоинства человека [1].



Персональный имидж – это отличный пример того, как над собой работает персона. Как создается достойный персональный имидж или какова технология его создания?

Известны следующие составляющие технологии формирования имиджа:

- «лепка» («создание») лица, волосы, прическа;
- кинесика и жесты, пластика движений;
- культура общения, навыки речи;
- манеры и этикет, достойное поведение;
- дизайн одежды.

«Лепка» лица происходит, когда во время работы над формированием имиджа и в ходе так называемого «процесса создания лица» решаются вопросы ухода за волосами, подбор прически, уход за кожей лица, она включает работу с мимикой лица, которая соответствует плану работы над имиджем.

Пластика движений – это искусство использования телесных данных человека в целях создания его целостного имиджа как личности, она о многом может сказать окружающим. Для людей, имеющих ограничения в движениях, передвигающихся на колясках, работа над пластикой движений является одной из основополагающих в процессе создания имиджа.

В движениях человека должны проявляться эмоции, так как движения передают информацию и отношение к сказанному. Тело – главная конструкция всех составляющих имиджа, оно передает окружающим информацию, которая находится у человека внутри.

Культура общения – это, прежде всего, культура слов. Слово, речь и ее компонент – голос играют важную роль в создании имиджа. Голос непосредственно участвует в творении имиджа. В целом владение риторикой всегда помогает создавать привлекательный персональный имидж.

Скромность и достойное поведение являются критериями, на которые равняются при работе над имиджем. Имиджмейкер, работающий с личностью, уделяет большое внимание тому факту, что интеллигентность внешне проявляется в соблюдении правил хорошего тона, манерах и этикете. Большое внимание при формировании имиджа уделяется внешнему виду человека.

Одежда – это броский элемент в имидже, который формирует первое впечатление о человеке, поэтому важным навыкам является умение подбирать одежду. Правильно подобрать одежду при создании имиджа – значит собрать набор вещей, которые будут наглядно отражать вкус и стилевые предпочтения личности, ее духовность и социальные амбиции.

Одежда способна «говорить» за ее обладателя, когда он молчит, нередко одежда становится инструментом воздействия на людей. С помощью одежды можно производить нужное впечатление, соответствующее задаче имиджа.

Чувство стиля, которое присуще личности, имеет огромное значение в решении проблемы подбора одежды. Не меньшую роль играет то, как личность будет подавать себя в одежде. Для людей, имеющих физические ограничения здоровья, особенно важно наличие одежды, которая корректировала бы особенности фигуры, не указывала на увечья. Однако то, что в наше время одежда присутствует повсюду и в большом количестве, не решает проблемы людей, имеющих физические ограничения в здоровье. Восприятие человека с физическими особенностями в целом влияет на имидж человека и его возможности социокультурной адаптации.



Итак, теоретические исследования подтверждают, что имидж человека не рассматривается вне связи с внешними проявлениями. Визуальная привлекательность обусловлена антропологическими, психологическими и иными факторами. Значение того, как воспринимается облик человека, имеющего физические ограничения здоровья, трудно переоценить. В следующих этапах будет проведена работа по созданию коллекции одежды для людей, передвигающихся на колясках и перенесших инсульт, а также оценка эстетических свойств моделей.

Список источников

1. *Килошенко М. И.* Психология моды. СПб.: Питер, 2014. 320 с.
2. *Кожемякина О. А.* Особенности самоотношения депривированных подростков в процессе социальной адаптации // Сибирский педагогический журнал. 2014. № 5. С. 129–134.
3. *Шепель В. М.* Профессия имиджмейкер. Ростов н/Д: Феникс, 2008. 523 с.
4. *Ярышева А. А., Кожемякина О. А.* Особенности формирования гендерной идентичности у подростков, воспитывающихся в условиях депривации // Смальта. 2019. № 2. С. 53–59.

Информация об авторах

Е. В. Сухина – магистрант направления «Технологии. Дизайн. Искусство»,
О. А. Кожемякина – кандидат педагогических наук, доцент кафедры практической и специальной психологии факультета психологии

Information about the Authors

E. V. Sukhina – Master's student directions “Technologies. Design. Art”
O. A. Kozhemyakina – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of practical and special psychology