

**О. П. Гетьман,**

викладач кафедри дизайну, ДЗ «Луганський національний університет імені  
Тараса Шевченка»

## **РОЛЬ ЗАЧІСКИ В ІМІДЖБІЛДІНГУ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ**

**Анотація.** У статті розглядається поняття габітарного іміджу, роль іміджмейкера у створенні новомодних сучасних луків, де зачіска є візитною карткою людини, визначається вплив б'юті-індустрії на формування зовнішнього іміджу особистості.

**Ключові слова:** мода, імідж, зачіска, іміджмейкер.

Побудова особистого іміджу з урахуванням його габітарності на сьогодні є досить актуальною, але малодослідженим залишається аспект ролі зачіски в іміджбілдингу сучасної людини. Візуальний імідж, складовою якого є, безперечно, зачіска, включає цілу низку способів його досягнення та вдосконалення. Дослідниця Євгенія Федорова, вивчаючи видовищну зачіску в сучасній індустрії моди, її історію, специфіку, дизайн-технології, зазначає: «пошук модних напрямів, доцільних до побудови іміджу, спонукає як до виявлення механізмів її створення, так і до виявлення ролі і місця зачіски в імідж-індустрії» [1].

Власне тому перед професійними іміджмейкерами стоїть завдання сформуванню образу красивої, впевненої і успішної особистості, який би відповідав асоціаціям і настроям, очікуванням, інтересам і потребам споживача.

Дизайнер із перукарського мистецтва об'єднує в собі роботу модельєра-стиліста, технолога, перукаря і візажиста. Дослідження Т. Шутовою іміджу та його формування привело її до виявлення поняття «габітарного іміджу», яке вона пояснює як оцінку образу людини «у перші секунди сприйняття», коли

блискавично сприймаються фізична статура, одяг, зачіска, парфуми тощо. Отже, суголосно вищезазначеному дослідженню, «габітарний імідж вимагає формування необхідного образу відповідно до завідомо винайденої та логічно вибудованої концепції автора» [2].

Науковці, які досліджують імідж з різних точок зору, зокрема його впливу на фізичному, психологічному, філософсько-соціальному рівнях, вважають, що параметрами габітарного іміджу є зовнішні характеристики об'єкта, які можливо оцінити візуально. Серед таких іміджевих характеристик можемо виділити наступні константи: діловий костюм певного кольору, відповідні обраному стилю макіяж і зачіска, аксесуари, що доповнюють імідж-образ. Сьогодні фахівці в області дизайну виділяють кілька напрямків габітарного іміджу, які дозволяють створити привабливим зовнішній вигляд людини: перукарське мистецтво та дизайн зачіски, мистецтво візажу, використання постижерних виробів, дизайн костюму, головних уборів, взуття та аксесуарів. Власне ці складові іміджу, на нашу думку, сприяють формуванню першого враження, яке є значимим для отримання подальшої інформації щодо особистості.

Одним із складових елементів габітарного іміджу є зачіска, яка створюється дизайнерами з перукарського мистецтва і є своєрідною візитною карткою людини. Підтвердженням цьому є точка зору американського дослідника Філіпа Дейвіса, який у роботі «Ваш абсолютний імідж», зазначає, що зовнішня привабливість має першочергове значення для здобуття позитивного ділового іміджу [3]. У ряді американських фірм існує салоган: «здорова людина краще працює, а гарна – краще представляє фірму». Отож, за спостереженням А. Прилуцької, для зачіски сучасного керівника краще, коли волосся звисає не вниз, а зачесане вгору і назад, адже так воно «піднімає» риси обличчя, у тому числі лицьові м'язи, які з віком опускаються [4].

Більшість дослідників іміджу та моделювання зачіски, зокрема Є. Федорова, схильні стверджувати наступне: короткі чілки молодять обличчя, а зачіска з кучерями м'яко підкреслює його лінії. Стрижка, де основний акцент

робиться на геометрію форми, має чітко окреслені контури. В залежності від типу стрижки це може бути напівколо, овал, трикутник, прямокутник, а також комбінація цих фігур. Геометрія досягається за рахунок надання ідеально чіткої й окресленої лінії волосся за всією довжиною. Найбільш популярні серед таких геометричних зачісок є: каскад, сесун, гаврош і т.д. Вони мають різну варіативність, дозволяють обрати оптимальну довжину для підкреслення природних переваг структури і рис обличчя. Невпевненість у собі можуть допомогти приховати пасма, які спадають на обличчя; крупні риси обличчя можна обрамити об'ємною зачіскою, а ось бриті голови, на позначення дослідниці, виглядають досить агресивно [1].

Для створення габітарного іміджу значну роль відіграє макіяж, який є своєрідним акцентом. Його вибір залежить від обраного стилю й виду зачіски. Зокрема стрижка робить візаж значно помітнішим. Важливого значення для створення імідж-образу набуває різного роду фарбування, мелірування, колорування волосся. На сьогодні така послуга є популярною як серед жінок, так і серед чоловіків. Зміна кольору волосся вимагає від модельєра-стиліста знання колориметрії, перспективи, композиційних прийомів, у цілому бачення образу, оскільки тільки цілісний образ із урахуванням усіх деталей спроможний виконувати відповідні функції створеного іміджу людини. Колористика очей та брів і їх зміна на сьогодні теж відіграє важливу роль у створенні перш за все позитивного іміджу;

Досить спірним є питання носіння бороди та вусів, які деякі консультанти по іміджу не радять заводити керівникам-чоловікам, «адже борода та вуса приховують частину обличчя». Є.Федорова впевнена в тому, що «вуса асоціюються із військовими, а бороду варто інтерпретувати як показник мужності або ексцентричності» [1]. Крім того, борода та вуса вимагають особливого догляду.

А ось керівникам-жінкам варто відмовитися від розпущеного довгого волосся, бо така іміджеві деталь додає фривольності й аж ніяк не спонукає до ділових стосунків. Дослідження А. Прилуцької також свідчать, що діловий

імідж «важче будувати світловолосим та рудим жінкам, у той час як ділова брюнетка сприймається краще, внаслідок соціальних стереотипів. Сивина ж у жінки часто зменшує її авторитетність, у той час як у чоловіків – навпаки [4].

Чоловіча стрижка та акуратна укладка свідчить про презентабельний і доглянутий зовнішній вигляд і є невід'ємним атрибутом загального образу та позитивного іміджу. Стилисти наполягають на тому, що кожен сучасний чоловік, незалежно від віку і професійної діяльності, зобов'язаний стежити за станом свого волосся й зачіски.

Динамізм сучасного життя вимагає вирішення глобального питання індивідуальності особистості, її неповторності, тобто позитивного іміджу. А це має безпосередній зв'язок із стилістичними характеристиками людини. Дослідник у сфері іміджелогії В. Шепель трактує «імідж» як візуальний образ, «як індивідуальний вигляд або ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості для залучення до себе уваги, акцентуючи його на візуальній привабливості особистості» [5].

Отож, людство навчилося за допомогою одягу, зачіски, макіяжу, манери поведінки формувати свій вплив на інших, забезпечувати та програмувати емоційно-психологічну реакцію на певні речі, ситуації. Для дизайнера зачіски створення та реалізація такого іміджу є основним завданням. Але без урахування інших напрямків формування іміджу, зокрема індивідуально-психологічних основ стилю конкретної особистості, зробити це неможливо. На позначення дослідниці Д. Єрмілової «... якщо новий соціальний образ пращури створювали за допомогою кольорових фарб (маски, розпис на тілі, татування) та візерунків, то сучасники застосовують одяг, стрижку, макіяж, манери та інші компоненти, які й складають дане поняття, тобто «імідж»» [6].

Таким чином, мода як одна з основних іміджетворчих складових, має великий вплив на розвиток перукарського мистецтва, сприяючи моделюванню нових зачісок, поліпшуючи зовнішній вигляд людей, роблячи його більш яскравим та привабливим. Ми суголосні дослідникам іміджу та дизайнерам з

перукарського мистецтва в тому, що створення позитивного іміджу, зокрема габі тарного, є безпосередньо важливим як для публічного лідера, так і для звичайної людини. Імідж формується завдяки імідж-дизайнерам, що поєднують у своїй діяльності роботу майстрів різних спеціальностей, зокрема й дизайнера зачіски та візажу.

### Література

1. **Федорова Є. В.** Видовищна зачіска в сучасній індустрії моди: історія, специфіка, дизайн-технології / Євгенія Володимирівна Федорова // 17.00.07 – дизайн, дис. канд.. мистецтвознавства . – К, 2016. – 216 с.
2. **Шутова Т. В.** Исторические аспекты профессиональной подготовки специалистов в области парикмахерского искусства, дизайна имиджа и стиля / Т. В. Шутова, С. Н. Власенко // XXI век — век дизайна : материалы Всероссийской науч.-практ. конф. — Екатеринбург, 2014. — С. 199–207.
3. **Дейвис Ф.** Ваш абсолютный имидж. Книга для политиков и бизнесменов, мужчин и женщин / Пер. с англ. В. Титкова. – Можайск: Внешсигма, 1997. – 320с.
4. **Прилуцкая А. Е.** Организационная культура и имидж современного руководителя / А.Е. Прилуцкая : учеб. пособие. Харьков, 2013. – Ч. 2. – 76 с.
5. **Шепель В. М.** Как нравится людям / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.
6. **Ермилова Д.** Китч? Да здравствует китч!!! //Имидж. Мода. Престиж. № 4/8/. – 2002. – С. 24 –29.