

18+

ГЕНЕТИЧЕСКИЕ КОДЫ СТИЛЯ И ЦВЕТА

RELOOKER

®

ДИЗАЙН ИМИДЖА ЧЕЛОВЕКА

часть I «ФОРМУЛЫ КРАСОТЫ»

2-ИЗДАНИЕ

ИРИНА РЕЛУКЕР

Ирина Релукер

**Дизайн имиджа человека.
Генетические коды стиля и цвета.
Часть 1 «Формулы красоты»**

«Издательские решения»

Релукер И.

Дизайн имиджа человека. Генетические коды стиля и цвета. Часть 1 «Формулы красоты / И. Релукер — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-675473-7

Релукер-дизайн представляет собой формирующуюся профессиональную область, задачей которой является научно обоснованное проектирование имиджа человека. Основой для проектирования служит индивидуальная природная матрица, включающая параметры стиля, цвета, вокальных данных. Методология релукер-дизайна синтезирует прагматический и эстетический аспекты, что подразумевает интеграцию аналитического и художественного типов мышления. 2-е, дополненное издание в академическом стиле

ISBN 978-5-00-675473-7

© Релукер И.
© Издательские решения

Содержание

© ОБ АВТОРЕ	8
ИРИНА А. РЕЛУКЕР	9
ПРЕДИСЛОВИЕ	11
РАЗДЕЛ ВВЕДЕНИЕ. НОВАЯ ПАРАДИГМА В КОНСТРУИРОВАНИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА	12
1 ГЛАВА. Смена ориентиров	12
1.1. Технологический и социокультурный контекст	12
2 ГЛАВА. Методологический ответ: релукер-дизайн	13
2.1. Проявление новой парадигмы на практике	13
3 ГЛАВА. Дифференцирующие признаки внешности как ресурс персонального брендинга	14
3.1. Введение	14
3.2. Концептуальные основания: от коррекции к акцентуации	14
3.3. Эстетические категории в контексте уникальности	14
4 ГЛАВА. Интеграция индивидуальности в стратегии имиджевого проектирования: теоретические основания и практика релукер-дизайна	15
4.1. Эстетико-методологические основания	15
4.2. Комплексность факторов проектирования	15
4.3. Прикладной аспект: Эволюция делового дресс-кода и методология релукинга	16
4.4. Алгоритмизация интеграции индивидуальности в деловой контекст	16
5 ГЛАВА. Методологические основания и отличительные черты релукер-дизайна	18
5.1. Принципиальное отличие: От референсов к индивидуальной матрице	18
5.2. Процессуальность: От модели к интеграции	18
5.3. Функциональная роль специалиста: Обучение контролю и синтезу	19
5.4. Пересмотр понятия «Идеальный образ»	19
6 ГЛАВА. Социокультурные и профессиональные императивы релукер-дизайна	20
6.1. Сдвиг идентичности в цифровую эпоху: От кумиров к персонализированным брендам	20
6.2. Возросшие когнитивно-проектные требования к индивиду	20
6.3. Релукер-дизайн как методологический ответ на вызовы	20
6.4. Системный эффект и ключевая исследовательская задача	21
7 ГЛАВА. Детерминанты формообразования в релукер-дизайне: преодоление антропоцентрического смещения	22
7.1. Диалектика факторов формообразования: От субъективных предпочтений к объективным императивам	22

7.2. Мультикритериальность формообразования в Релукер-дизайне: Примеры	22
7.3. Императив системного подхода	23
8 ГЛАВА. Потенциал релукер-дизайна: антропологические, экономические и гуманитарные аспекты	24
8.1. Антропологический и Социальный Потенциал	24
8.2. Ресурсная и Экономическая Эффективность	24
8.3. Гуманитарно-Технологический Синтез	25
9 ГЛАВА. Учебная программа курса релукер-дизайна	26
Компетенции, формируемые в процессе обучения	26
10 ГЛАВА. Инструментальный арсенал релукер-дизайна: формализация и управление идентичностью	28
10.1. Ключевые инструменты формализации имиджа	28
10.2. Функциональное назначение Релукер-аватара	28
10.3. Типология Релукер-аватаров по сенсорно-коммуникативным модальностям	29
РАЗДЕЛ I: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РЕЛЕВАНТНОСТЬ РЕЛУКЕР-ДИЗАЙНА В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА	30
ГЛАВА. Введение	30
1. Релукер-дизайнер: Генезис новой профессиональной парадигмы	30
2. Методологическая необходимость Релукер-дизайна для специалиста	30
3. Операционализация возможностей Релукер-дизайна	31
4. Профессиональная эксклюзивность: Уникальные компетенции релукер-дизайнера	32
1 ГЛАВА. Дизайн как профессиональная деятельность: эволюция и структура	33
1.1. Традиционная парадигма дизайна	33
1.2. Таксономия дизайнерских специализаций	33
1.3. Антропоцентрический поворот: Релукер-дизайн как новая парадигма	34
1.4. Профессиональный статус Релукер-дизайна	35
2 ГЛАВА. Проектная деятельность в дизайне: от учебной модели к профессиональной практике	37
2.1. Эпистемология проектной деятельности	37
2.2. Дизайн как метапроектная дисциплина	37
2.3. Таксономия проектных практик в имидж-дизайне	37
2.4. Антропоцентрическая специфика Релукер-проектирования	38
2.5. От учебной модели к профессиональному стандарту	39
3 ГЛАВА. Генезис релукер-дизайна: историко-методологический анализ	40
3.1. Исторический контекст возникновения	40
3.2. Методологические предшественники	40
3.4. Этапы институционализации дисциплины	41
3.5. Научно-технологические драйверы развития	42

4 ГЛАВА. Онтология релукер-дизайна: объект, инструментарий и структура деятельности	43
4.1. Дефиниция и сущностные характеристики	43
Конец ознакомительного фрагмента.	44

Дизайн имиджа человека Генетические коды стиля и цвета. Часть 1 «Формулы красоты»

Ирина Релукер

© Ирина Релукер, 2025

ISBN 978-5-0067-5473-7 (т. 1)

ISBN 978-5-0067-5474-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

«РЕЛУКЕР-дизайн – это алгебра гармонии, где переменные – антропометрические константы» (Ирина Релукер, 2025г.)

© ОБ АВТОРЕ

ИРИНА А. РЕЛУКЕР

- Руководитель International Institute of Image Relooker®.
- Автор курсов «Релукер-дизайнер», «Бизнес релукера»
- Автор 36 модулей по имиджу, стилю, моде, дизайну.
- Автор коллекции артов Relooker_Me: от ДНК до NFT.
- Автор приложения App Relooker.
- Разработчик карты меланиновых профилей людей, автор полиптиха и принта «Библиотека природных пигментов всех людей на планете Relooker_Me»
- Автор коллекции кастомных тканей и Лего-Платьев «RelookerРелукер».
- ТМ RelookerРелукер® (РФ/Италия/Монако/Франция/Швейцария)
- Автор книги RELOOKER®Дизайн имиджа человека: Генетические коды стиля и цвета – Издательские решения, 2019 г., 184 с., ISBN 978-5-0051-9083-3
- Автор учебника РЕЛУКЕР®Технология имиджа/ Ирина Релукер – М.: Издательство «Перо», 2022. – 550 с. ISBN 978-5-00204-437-5
- Автор каталога на русском и итальянском языках: CATALOGO. RELOOKER ME® PALETTE DI COLORI TERAPEUTICI – М.: Издательство «Перо», 2022. – 240 с. ISBN 978-5-00204-278-4

АВТОР иллюстраций: АНАСТАСИЯ ЯЧМЕНЕВА

ПОСВЯЩЕНИЕ

Ты боролся и победил.

Тебе, моему герою, посвящается.



ПРЕДИСЛОВИЕ

Книга «Relooker®Дизайн имиджа человека» – это I часть учебника, посвященного формулам функциональной красоты. Данная книга – 2-е, переработанное, дополненное издание в академическом стиле.

Адресована преподавателям вузов, школ релукер-дизайна, тем, кто интересуется исследованиями в области стиля, моды, дизайна. В объективе – формулы функциональной красоты.

Релукер-дизайн представляет собой формирующуюся профессиональную область, задачей которой является научно обоснованное проектирование имиджа человека.

Основой для проектирования служит индивидуальная природная матрица, включающая параметры стиля, колористики и вокальных данных.

Методология релукер-дизайна синтезирует прагматический и эстетический аспекты, что подразумевает интеграцию аналитического (системного, процессуального) и художественного (образного, формального) типов мышления.

РАЗДЕЛ ВВЕДЕНИЕ. НОВАЯ ПАРАДИГМА В КОНСТРУИРОВАНИИ ПЕРСОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

1 ГЛАВА. Смена ориентиров

Современная практика конструирования персонального имиджа претерпевает значительную трансформацию. Наблюдается сдвиг от ориентации на универсализированные идеалы и канонические образцы («иконы стиля») в сторону акцента на уникальности индивида и развитии персонального брендинга как широко доступной практики.

Эта трансформация характеризуется пересмотром ключевых принципов. Традиционный подход часто фокусировался на стремлении к абстрактным стандартам красоты и пропорций, измеряемых методами антропометрии, и коррекции индивидуальных особенностей в их направлении.

Новая парадигма, напротив, смещает фокус на комплексное восприятие индивидуальности. Она предполагает анализ уникальных характеристик индивида – включая морфологию лица и тела (взамен бинарных оценок «соответствия/несоответствия» стандартам), индивидуальный колористический профиль и невербальные коммуникативные паттерны (включая тембр голоса) – с целью выявления и акцентуации присущей ему выразительности.

Центральной задачей становится не коррекция в сторону внешнего идеала, а выявление и визуализация аутентичного архетипического потенциала личности – ее «лучшей версии».

1.1. Технологический и социокультурный контекст

Распространение цифровых технологий и платформ, требующих постоянной самопрезентации, усилило запрос на яркую индивидуальность как ключевой ресурс узнаваемости и влияния.

В сфере имидж-консалтинга это выражается в смещении профессиональных стратегий.

Специалисты все чаще ориентируются не на нивелирование индивидуальных особенностей в угоду усредненным стандартам, а на их выявление, осмысление и интеграцию в целостный, узнаваемый и эффективный персональный бренд.

2 ГЛАВА. Методологический ответ: релукер-дизайн

Ответом на эти сдвиги стало возникновение новых методологий проектирования имиджа.

Одной из таких методологий является Релукер-дизайн®. Его суть заключается в системном проектировании персонального имиджа, основанном на всестороннем анализе врожденных и приобретенных характеристик индивида – его «природной матрицы». Этот подход синтезирует объективный анализ морфологических, колористических и поведенческих данных с художественно-эстетическим моделированием образа, направленным на достижение максимальной аутентичности и эффективности самопрезентации в контексте целей персонального брендинга.

2.1. Проявление новой парадигмы на практике

Практическим следствием новой парадигмы является возросшее внимание к уникальным, а иногда и нетипичным чертам внешности и стиля, которые становятся сознательно культивируемыми элементами персонального бренда. Это может выражаться как в акцентуации природных особенностей, не соответствующих традиционным канонам (например, специфические черты лица или телосложения), так и в осознанном введении артефактов модификации тела (татуировки, пирсинг, цветные контактные линзы), которые интерпретируются и презентуются как значимые элементы уникальной идентичности, а не как маскировка или отклонение от нормы.

3 ГЛАВА. Дифференцирующие признаки внешности как ресурс персонального брендинга

3.1. Введение

Данный раздел посвящен анализу специфических характеристик внешности индивида, традиционно воспринимавшихся в рамках дихотомии «достоинство/недостаток», в контексте их потенциала для формирования уникальных идентификаторов персонального бренда.

Аналогично тому, как уникальные включения («изъяны») в драгоценных камнях могут определять их особую ценность и узнаваемость, индивидуальные особенности морфологии, колористики или иные телесные маркеры способны трансформироваться в значимые элементы узнаваемости и аутентичности имиджа.

3.2. Концептуальные основания: от коррекции к акцентуации

Классический имидж-консалтинг часто ориентировался на стратегии минимизации или коррекции черт, отклоняющихся от преобладающих эстетических стандартов.

Современная парадигма, как обсуждалось ранее, предполагает пересмотр этого подхода.

Методология Релукер-дизайна предлагает технологию системного преобразования и усиления имиджевых сигналов (процесс, обозначаемый термином «релукинг»). Ее цель заключается не в маскировке особенностей, а в их реинтерпретации, интеграции в целостный образ и усилении их коммуникативного потенциала, тем самым трансформируя потенциально маркированные черты в стратегические активы персонального бренда.

3.3. Эстетические категории в контексте уникальности

Анализ эстетического восприятия требует разграничения понятий «красивого» (*pulchrum*) и «прекрасного» (*kalon*).

Исторически красота ассоциировалась с формальными характеристиками, такими как симметрия, пропорциональность и соответствие социально конструируемым канонам, что делает это понятие конвенциональным и подверженным смене трендов. Прекрасное, напротив, понимается как более комплексный феномен, возникающий из синергии внешних атрибутов и внутренних качеств личности (харизмы, интеллекта, экспрессии). Эта категория обладает большей устойчивостью к изменчивости внешних стандартов, поскольку коренится в восприятии целостности и аутентичности индивида.

Современная эстетическая практика, особенно в сферах, требующих высокой дифференциации (мода, арт, персональный брендинг), демонстрирует сдвиг в восприятии формальной красоты.

Наблюдается возрастающая ценность неклассических, «авторских» линий, пропорций и форм, отклоняющихся от традиционных идеалов. Эти особенности рассматриваются не как дефекты, а как источники визуального интереса и уникальности.

Например, в индустрии моды селекционные критерии для моделей все чаще включают поиск лиц с выраженными индивидуальными чертами («интересный рельеф», специфические пропорции овала лица), которые предоставляют больший простор для художественной интерпретации в фотографии и позировании, создавая более запоминающиеся и динамичные образы по сравнению с усредненными стандартами.

4 ГЛАВА. Интеграция индивидуальности в стратегии имиджевого проектирования: теоретические основания и практика релукер- дизайна

4.1. Эстетико-методологические основания

Как установлено в предыдущих разделах, методология Релукер-дизайна концептуально базируется на категории **прекрасного**, понимаемой как синергетический эффект от гармоничного взаимодействия врожденных характеристик индивида и его экспрессивных проявлений.

Ключевым постулатом является признание эстетической и коммуникативной ценности уникальных антропометрических, морфологических и колористических особенностей при условии их интеграции в целостную систему самопрезентации. Эта система включает:

- 1. Кинестетический профиль:** Естественные паттерны движения, жестикуляции и осанки.
- 2. Вокально-речевые характеристики:** Тембр голоса, ритм и динамика речи.
- 3. Индивидуальная стилевая матрица:** Врожденные предрасположенности к определенным линиям, силуэтам и фактурам.
- 4. Колористический профиль:** Природная пигментация и ее взаимодействие с цветом.

Данный подход представляет собой сдвиг от механического применения универсальных архетипов, стандартизированных пропорций и жестких протоколов в сторону проектирования, исходящего из анализа уникальной «природной матрицы» индивида.

Следовательно, эффективное конструирование персонального бренда в рамках Релукер-дизайна непосредственно основывается на предварительном выявлении и систематизации этих фундаментальных характеристик – условно обозначаемых как базовые детерминанты имиджа.

4.2. Комплексность факторов проектирования

Возникает закономерный вопрос о полноте модели: ограничивается ли анализ Релукер-дизайна исключительно биометрическими (морфология, антропометрия) и сенсорно-перцептивными (колористика, стилевые паттерны) факторами при формировании эффективного, контролируемого имиджа?

Ответ отрицателен.

Хотя указанные элементы составляют объективную основу «природной матрицы», процесс релукинга (системного преобразования и усиления имиджевых сигналов) предполагает их динамическое взаимодействие с:

- **Социокультурным контекстом:** Ожидания среды, профессиональные нормы, культурные коды.

●**Целями коммуникации:** Желаемое восприятие (компетентность, надежность, инновационность и т.д.).

●**Актуальными трендами:** Возможности адаптации актуальных модных элементов для усиления индивидуальности, а не ее нивелирования.

Таким образом, Релукер-дизайн представляет собой **комплексную методологию**, синтезирующую объективный анализ врожденных данных с проектированием, учитывающим контекстуальные и целевые параметры.

4.3. Прикладной аспект: Эволюция делового дресс-кода и методология релукинга

Яркой иллюстрацией реализации данного подхода служит трансформация практик **делового дресс-кода**. Исторически доминировала модель строгого международного стандарта (formal business, business traditional), характеризующаяся высокой степенью регламентации и унификации, где индивидуальность целенаправленно минимизировалась в пользу демонстрации принадлежности к корпоративной культуре и следования нормам.

Современная деловая среда демонстрирует значимую эволюцию: наблюдается **гибридизация и фрагментация протоколов**. Возникают адаптированные форматы (smart business, business glam, creative business), допускающие большую вариативность и интеграцию индивидуальных элементов.

Эта трансформация отражает общую тенденцию к персонализации и повышению ценности аутентичности даже в контексте формальных требований.

4.4. Алгоритмизация интеграции индивидуальности в деловой контекст

Ключевой задачей Релукер-дизайна в данном контексте становится разработка стратегий **алгоритмизированного внедрения ID-элементов** (уникальных идентификаторов персонального бренда) в рамки делового стиля без ущерба для транслируемых сигналов надежности, компетентности и уверенности. Данный процесс включает:

1. Деконструкцию протокола: Анализ базовых элементов и допустимых вариаций в рамках целевого дресс-кода (smart, glam и т.д.).

2. Сопоставление с «природной матрицей»: Выявление точек совместимости и потенциала для интеграции ID-элементов (специфические аксессуары, авторский крой, уникальные цветовые сочетания, характерные фактуры, особая манера ношения).

3. Синтез: Создание гармоничной системы, где ID-элементы:

– Усиливают, а не конфликтуют с базовыми сигналами делового имиджа.

– Повышают узнаваемость и запоминаемость.

– Соответствуют контексту и целям коммуникации (например, «дружественность» может транслироваться через специфический элемент галстука или брошь, не нарушая общего впечатления профессионализма).

4. Итеративную оптимизацию: Оценку эффективности внедренных элементов и их корректировку.

Этот методологически выверенный подход обеспечивает не просто формальное соответствие протоколу, а создание **управляемого, дифференцированного и эффективного делового имиджа**, основанного на синергии требований среды и уникальности индивида.

5 ГЛАВА. Методологические основания и отличительные черты релукер-дизайна

5.1. Принципиальное отличие: От референсов к индивидуальной матрице

Сущность методологического сдвига, предлагаемого Релукер-дизайном, заключается в фундаментальной переориентации вектора проектирования имиджа.

В отличие от традиционных подходов, часто опирающихся на применение универсальных или культурно заданных эталонов и регламентированных решений (архетипы, стилевые каноны, стандартизированные протоколы), Релукер-дизайн инициирует процесс с **комплексного анализа уникального набора идентификационных характеристик индивида (ID-дизайн)**. Этот анализ включает:

1. Антропометрические и морфологические параметры: Точные измерения и особенности строения лица и тела.

2. Индивидуальные особенности внешности: Специфические черты, текстуры, пропорции, выходящие за рамки усредненных стандартов.

3. Базовые колористические и стилевые паттерны: Врожденные предрасположенности, выявленные на основе «природной матрицы».

Данные характеристики становятся **объективной основой** для построения «**релукер-аватара**» – концептуальной проекционной модели, интегрирующей биометрические данные, эстетический потенциал и целевые параметры имиджа индивида.

5.2. Процессуальность: От модели к интеграции

Ключевым этапом методологии является **алгоритмизированный процесс интеграции** сконструированного «релукер-аватара» в практическую плоскость персонального брендинга и жизненных сценариев (личных и профессиональных). Этот процесс включает:

1. Стратегическое позиционирование: Определение роли и контекстов реализации имиджа.

2. Разработку коммуникативных паттернов: Адаптация вербальных и невербальных сигналов (включая кинестетику и вокал) к целевым сообщениям.

3. Контекстуальную адаптацию: Внедрение элементов модели в конкретные ситуации (деловые коммуникации, публичные выступления, повседневные практики) с учетом социальных норм и ожиданий.

5.3. Функциональная роль специалиста: Обучение контролю и синтезу

Специалист по Релукер-дизайну выполняет функцию не только проектировщика, **но и методолога-наставника**. Его задача заключается в передаче клиенту компетенций по:

1. Управлению ключевыми визуально-коммуникативными маркерами: Осознанный контроль над элементами, транслирующими сигналы витальной энергии (условно: «молодость»), физиологического благополучия («здоровье») и социального статуса («респектабельность»).

2. Критической адаптации внешних трендов: Навык фильтрации и адаптации актуальных модных тенденций, стилевых направлений и имиджевых решений с учетом собственной «природной матрицы» и психологических особенностей.

3. Синтезу мультифакторного образа: Объединение антропометрических, колористических, стилевых, поведенческих и контекстуальных элементов в целостную, непротиворечивую и эффективную систему самопрезентации.

5.4. Пересмотр понятия «Идеальный образ»

В рамках парадигмы Релукер-дизайна понятие «**идеальный образ**» подвергается концептуальному переосмыслению.

Оно утрачивает связь с абстрактными универсалиями или внешними референсами.

Вместо этого, «идеал» определяется как **оптимальная реализация уникального потенциала индивида**, достижимая через:

– Максимально точное соответствие имиджа объективным данным его «природной матрицы» (включая специфические особенности и отклонения от статистических норм).

– Эффективную коммуникацию желаемых качеств и позиционирования в целевых контекстах.

– Достижение внутренней гармонии и аутентичности самовосприятия.

Таким образом, «идеал» имманентен индивиду и является результатом научно обоснованного проектирования на основе его уникальных антропометрических, биометрических и психологических характеристик.

6 ГЛАВА. Социокультурные и профессиональные императивы релукер-дизайна

6.1. Сдвиг идентичности в цифровую эпоху: От кумиров к персонализированным брендам

Современная социокультурная динамика характеризуется переходом от доминирования институционализированных «звезд» и «икон» к феномену массовой **персонализации идентичности**.

Формирование и управление **персональным брендом** стало доступным стратегическим ресурсом социального влияния и самореализации.

В этом контексте управляемая проекционная модель идентичности (условно: «релукер-аватар»), как компонент персонального бренда, выступает инструментом конструирования и транслирования желаемого Я-образа в различных социальных полях.

6.2. Возросшие когнитивно-проектные требования к индивиду

Успешное функционирование в среде персонализированных идентичностей предъявляет повышенные требования к индивиду.

Ключевыми становятся компетенции, связанные с **рациональным проектным мышлением**, а именно:

- 1. Системный анализ потребностей:** Выявление и интерпретация ожиданий целевых аудиторий (референтных групп, профессиональных сообществ).
- 2. Алгоритмизация творческих задач:** Способность декомпозировать комплексные проблемы формирования имиджа на последовательные, логически связанные этапы решения.
- 3. Синтез функционального и эстетического:** Умение интегрировать прагматические цели коммуникации (влияние, узнаваемость) с художественно-эстетическими аспектами самопрезентации.

6.3. Релукер-дизайн как методологический ответ на вызовы

Методология Релукер-дизайна позиционируется как релевантный инструментарий для удовлетворения описанных потребностей.

Ее специфика заключается в **проектной деятельности**, направленной на формообразование в сфере:

- Предметного имиджа: Визуально-тактильные атрибуты (одежда, аксессуары, габитус).
- Непредметного имиджа: Паттерны поведения, коммуникации, цифровая самопрезентация.

Дополняющим элементом выступает **процессуально-ориентированное консультирование** (аналог «релукинг-имиджмейкинга»), которое включает:

- Образовательные компоненты (передача знаний о «природной матрице», принципах гармонизации).

- Игровые/моделирующие техники (отработка сценариев).

- Непосредственное проектное сопровождение клиента.

6.4. Системный эффект и ключевая исследовательская задача

Системное применение Релукер-дизайна нацелено на достижение эффекта **социально-психологической гармонизации**. Это подразумевает:

- **Повышение адаптивности:**

Успешная интеграция индивида в социальные и профессиональные контексты через управляемый имидж.

- **Оптимизацию коммуникации:**

Формирование четкого и эффективного имиджевого сигнала, минимизирующего риски неверной интерпретации.

- **Укрепление идентичности:**

Достижение конгруэнтности между внутренним самоощущением и внешней презентацией.

Фундаментальной задачей, вытекающей из практики Релукер-дизайна, является разработка **классификации формообразующих факторов имиджа**. Эта классификация должна систематизировать детерминанты (биометрические, психологические, социокультурные, эстетические), влияющие на процессы конструирования «релукер-аватара» и его интеграции, обеспечивая научную базу для дальнейшего развития методологии.

7 ГЛАВА. Детерминанты формообразования в релукер-дизайне: преодоление антропоцентрического смещения

7.1. Диалектика факторов формообразования: От субъективных предпочтений к объективным императивам

Процесс проектирования формы в дизайне, и в частности в Релукер-дизайне, представляет собой сложное взаимодействие множества детерминант. Наблюдается закономерная тенденция: **субъективные антропогенные факторы** (индивидуальные предпочтения, психологические установки, эстетические вкусы клиента и дизайнера) зачастую доминируют в сознании участников процесса, потенциально **вытесняя из фокуса внимания объективные системные факторы**. К последним относятся:

1. Материально-технические параметры: Физические свойства материалов (драпируемость, пластичность, фактура, вес), конструктивные ограничения.

2. Эксплуатационные требования: Функциональность, эргономика, комфорт, износостойкость, требования к уходу, адаптивность к различным контекстам использования.

3. Технологические возможности и ограничения: Методы производства (пошив, 3D-печать, обработка волос), доступные технологии, себестоимость реализации.

В современной практике проектирования, особенно в высокоспециализированных областях, таких как Релукер-дизайн, именно эти объективные факторы становятся **системообразующими и доминирующими** при принятии решений о форме. Их игнорирование ведет к созданию нежизнеспособных, нефункциональных или технологически нереализуемых решений.

7.2. Мультикритериальность формообразования в Релукер-дизайне: Примеры

Объект проектирования в Релукер-дизайне (прическа, элемент одежды, обувь, аксессуар, их комбинаторика) представляет собой **биопсихосоциальную систему**, требующую учета множества критериев.

Его форма должна удовлетворять не только эстетическим (визуальная привлекательность, соответствие трендам) и идентификационным (соответствие «природной матрице», выражение индивидуальности) целям, но также:

1. Функционально-эргономические критерии:

•Удобство и комфорт:

Физиологическая совместимость с телом пользователя, отсутствие ограничений естественной моторики (кинестетический профиль).

Практичность:

Пригодность для повседневной деятельности, соответствие образу жизни клиента.

2. Коммуникативно-семиотические критерии:

Информативность для окружения: Способность формы транслировать целевые имиджевые сигналы (статус, компетентность, креативность, надежность) целевым аудиториям.

Согласованность с общим стилевым кодом: Формирование непротиворечивого визуального сообщения в рамках целостного образа («релукер-аватара»).

3. Психофизиологические критерии:

•**Психосоматический эффект («терапевтический» для обладателя):** Способность формы вызывать у клиента ощущение уверенности, защищенности, внутренней гармонии, соответствия своему «Я» (конгруэнтность). Это напрямую влияет на невербальную коммуникацию.

•**Усиление личностных сигналов:** Форма должна работать как резонатор, подчеркивая и визуализируя ключевые черты характера и харизмы клиента, а не маскируя их.

7.3. Императив системного подхода

Таким образом, выбор формы в Релукер-дизайне – это **оптимизационная задача** требующая сбалансированного учета и приоритизации:

- Объективных материально-технических, эксплуатационных и технологических ограничений.
- Субъективных психологических и эстетических потребностей клиента.
- Коммуникативных целей в рамках стратегии персонального брендинга.

Преодоление **антропоцентрического смещения** (гипертрофированного внимания к субъективным факторам в ущерб объективным) является ключевым условием создания эффективных, жизнеспособных и гармоничных решений, отвечающих комплексному запросу на функциональность, эстетику, комфорт и коммуникативную эффективность.

8 ГЛАВА. Потенциал релукер-дизайна: антропологические, экономические и гуманитарные аспекты

8.1. Антропологический и Социальный Потенциал

Релукер-дизайн, как системная методология проектирования идентичности, обладает значимым потенциалом для **позитивной антропологической трансформации**. Его применение может способствовать:

1. Развитию рефлексивности и самоидентификации: Процесс глубокого анализа «природной матрицы» и построения «релукер-аватара» стимулирует самопознание и осознанное конструирование идентичности.

2. Повышению социальной видимости и узнаваемости: Создание дифференцированного, основанного на уникальных характеристиках образа, усиливает идентификацию индивида в социальном поле.

3. Оптимизации психофизиологического благополучия: Учет эргономики, комфорта и конгруэнтности внешней презентации внутреннему состоянию («терапевтический эффект») может позитивно влиять на уровень стресса и самоощущение.

4. Гармонизации межличностных коммуникаций: Формирование четкого и аутентичного имиджевого сигнала снижает риски коммуникативных ошибок и способствует установлению ожидаемых паттернов взаимодействия.

5. Заданию стратегических ориентиров развития персонального бренда: «Релукер-аватар» выступает как динамическая модель-ориентир для долгосрочного развития идентичности и ее презентации.

Ключевое отличие продуктов Релукер-дизайна (гардеробные капсулы, стилевые решения, коммуникативные паттерны) от абстрактного творчества или следования моде – их **системная укорененность в индивидуальности, функциональная обусловленность и эстетическая целостность**.

8.2. Ресурсная и Экономическая Эффективность

Методология Релукер-дизайна предлагает механизмы **оптимизации ресурсных затрат** в процессе построения и поддержания персонального бренда:

1. Стратегия повторяемости и тиражируемости: Выявление ключевых, эффективно работающих элементов образа (визуальных – signature looks / аутлуков, вербальных формул, поведенческих паттернов) позволяет создавать устойчивые, узнаваемые и экономически эффективные «якоря» идентичности, минимизируя хаотичные поиски.

2. Принцип мультиконтекстности: Проектирование элементов (одежда, аксессуары), функциональных в различных ситуациях (работа, отдых, мероприятия), повышает КПД инвестиций в имидж.

3. Баланс субъективных и объективных факторов: Алгоритмы Релукер-дизайна направлены на поиск решений, удовлетворяющих как личным предпочтениям и комфорту

носителя («вкусы заказчика»), так и требованиям эффективной коммуникации с целевыми аудиториями («ожидания окружения»).

8.3. Гуманитарно-Технологический Синтез

Релукер-дизайн позиционируется как **гуманистически ориентированная технология** в сфере fashion, beauty и инноваций. Его ценностное ядро заключается в:

- **Антропоцентрической оптимизации:** Фокус на повышении качества жизни индивида через гармонизацию его внешней презентации, рабочей деятельности (через соответствующий дресс-код и поведение), образовательных траекторий (развитие навыков самопрезентации) и психофизиологического комфорта.

- **Интеграции технологий в антропологический контекст:** Применение инновационных материалов, цифровых инструментов анализа и проектирования (3D-аватар, колориметрия) подчинено цели усиления аутентичности, функциональности и благополучия человека, а не технологической экспансии как самоцели.

- **Установке на устойчивое развитие идентичности:** Формирование имиджа, основанного на глубоком понимании собственных ресурсов («природной матрицы»), способствует созданию стабильной, адаптивной и не подверженной сиюминутным трендам основы для самопрезентации.

9 ГЛАВА. Учебная программа курса релукер-дизайна

Компетенции, формируемые в процессе обучения

В ходе освоения программы курса «Релукер-дизайнер» обучающиеся развивают следующие ключевые компетенции:

1. Методология проектного мышления:

- Освоение принципов дизайн-мышления (design thinking) как системного подхода к решению комплексных задач.

- Формирование навыков проблематизации и постановки проектных задач на основе анализа исходных данных.

2. Специализированные методы проектирования:

- Изучение и практическое применение алгоритмов релукер-проектирования.

- Разработка проектных решений в рамках учебных заданий, направленных на:

- Формализацию параметров имиджа через построение концептуальной модели («Релукер-аватар»).

- Создание готовых имиджевых решений и/или прототипирование элементов системы персонализированного имиджа.

3. Креативные и исследовательские техники:

- Освоение методов генерации, отбора, развития креатив. идей.

- Применение исследовательских инструментов (включая анализ целевых аудиторий, антропометрические и колористические исследования) для обоснования проектных решений.

4. Профессиональная реализация:

- Развитие способности последовательно реализовывать проектный цикл: от анализа и концептуализации («Релукер-аватар») до достижения выразительного и функционального результата.

- Формирование навыков, способствующих профессиональной самореализации и личностному развитию в сфере имидж-консалтинга.

Дидактические модули программы (структурированный обзор) – см. таблицу

Модуль	Содержание	Формируемые компетенции
1. Теоретические основы проектирования	<i>Принципы дизайн-мышления; методология релукер-дизайна; семиотика имиджа; основы антропо-, колориметрии</i>	<u>Постановка проектных задач; анализ контекста; понимание системности имиджа</u>
2. Алгоритмы релукер-проектирования	<i>Стандарт-е процедуры анализа «природной матрицы»; построение «Релукер-аватара»; разработка ID-элементов</i>	<u>Применение алгоритмов; формализация параметров имиджа; создание концептуальных моделей</u>
3. Креативные методы и исследования	<i>Техники генерации идей; методы исследования ЦА; инструменты анализа имиджевых сигналов</i>	<u>Проведение исследований; обоснование решений; адаптация трендов</u>
4. Практикум проектирования	<i>Выполнение проектных заданий по разработке комплексных имиджевых решений и прототипов элементов</i>	<u>Реализация полного проектного цикла; презентация результатов; оценка функциональности</u>
5. Профессиональная интеграция	<i>Стратегии позиционирования; этика профессии; кейсы интеграции решений в личные/бизнес-сценарии</i>	<u>Проф. самореализация; управление проектами; клиентоориентированность</u>

10 ГЛАВА. Инструментальный арсенал релукер-дизайна: формализация и управление идентичностью

10.1. Ключевые инструменты формализации имиджа

Релукер-дизайн оперирует комплексом формализованных инструментов для системного проектирования и управления идентичностью. К ним относятся:

1. 2D/3D Релукер-аватар: Цифровая проекционная модель, визуализирующая параметры «природной матрицы» индивида в статическом (2D) или динамическом/объемном (3D) представлении.

2. Релукер-паспорт имиджа: Структурированная база данных, фиксирующая количественные и качественные характеристики имиджа индивида:

- морфометрические,
- колористические,
- кинестетические,
- аудиальные,
- ольфакторные параметры

Эти инструменты обеспечивают управление как **предметным имиджем** – материальные носители :

- одежда,
- аксессуары,
- прическа,

так и непредметным имиджем:

- поведенческие паттерны,
- коммуникативные стратегии,
- сенсорные воздействия

10.2. Функциональное назначение Релукер-аватара

Релукер-аватар выполняет критически важные функции в методологии:

1. Ядро персонального брендинга:

Служит концептуальной и визуальной основой для разработки уникальных, последовательных и узнаваемых элементов идентичности, формирующих целостный персональный бренд.

2. Стандартизация и защита идентификационных кодов:

Позволяет формализовать ключевые дифференцирующие признаки («коды») индивидуальности, обеспечивая их воспроизводимость и защищая от несанкционированного заимствования или искажения (в контексте управления интеллектуальной собственностью персонального бренда).

3. Оптимизация имиджевого сигнала:

Предоставляет инструмент для моделирования, анализа и усиления невербальных сигналов, транслируемых индивидом в реальных социальных взаимодействиях, повышая их точность и эффективность.

10.3. Типология Релукер-аватаров по сенсорно-коммуникативным модальностям

Для всестороннего охвата компонентов идентичности выделяются специализированные типы аватаров, соответствующие основным каналам восприятия и коммуникации (см. таблицу)

Тип Аватара	Объект Формализации	Сфера Влияния (Предметный/Непредметный имидж)
1. Стилевой Аватар	<i>Врожденные/приобретенные предрасположенности к линиям, силуэтам, фактурам, пропорциям.</i>	<u>Предметный (гардероб, аксессуары).</u> <u>Непредметный (эстетика поведения).</u>
2. Колористический Аватар	<i>Индивидуальный профиль пигментации (кожа, волосы, глаза), оптимальные цветовые палитры, контрастность.</i>	<u>Предметный (цвет одежды, макияж).</u> <u>Непредметный (цветовые ассоциации).</u>
3. Аудиальный Аватар	<i>Характеристики голоса (тембр, высота, динамика), речевые паттерны, звуковые сигналы</i>	<u>Преимущественно Непредметный (вербальная и паравербальная коммуникация).</u>
4. Кинестетический Аватар	<i>Паттерны движения, жестикуляции, осанки, пластики, зоны комфорта/дискомфорта.</i>	<u>Непредметный (невербалика).</u> <u>Предметный (эргономика одежды/обуви).</u>
5. Ольфакторный Аватар (Арома-аватар)	<i>Индивидуальные предпочтения и восприятие запахов, ассоциативные связи, создание «ароматного следа».</i>	<u>Непредметный (эмоц. воздействие, память).</u> <u>Предметный (выбор парфюмерии).</u>

РАЗДЕЛ I: ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РЕЛЕВАНТНОСТЬ РЕЛУКЕР-ДИЗАЙНА В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА

ГЛАВА. Введение

1. Релукер-дизайнер: Генезис новой профессиональной парадигмы

Релукер-дизайн представляет собой формирующуюся профессиональную специализацию на стыке дизайна, антропометрии, поведенческой психологии и коммуникативистики. Ее возникновение детерминировано следующими социокультурными факторами:

- Переходом от унифицированных стандартов красоты к культивации индивидуальной идентичности;
- Коммодификацией персонального бренда как стратегического актива;
- Технологическими возможностями точной формализации биометрических данных.

2. Методологическая необходимость Релукер-дизайна для специалиста

Профессионалам в сфере image-консалтинга освоение данной методологии критически важно в силу (см. таблицу):

Ключевая потребность	<i>Решение через Релукер-дизайн</i>	<u>Профессиональный выигрыш</u>
Преодоление субъективизма	<i>Алгоритмизация анализа «природной матрицы»</i>	<u>Объективизация рекомендаций</u>
Управление комплексностью	<i>Система мультимодальных аватаров (2D/3D/сенсорных)</i>	<u>Целостный охват параметров имиджа</u>
Работа с digital-идентичностью	<i>Инструменты оцифровки (Релукер-паспорт)</i>	<u>Перенос компетенций в виртуальные среды</u>
Ответ на персонализацию спроса	<i>Технологии создания ID-кодов бренда</i>	<u>Удовлетворение запроса на уникальность</u>

3. Операционализация возможностей Релукер-дизайна

Методология обеспечивает решение задач, недоступных традиционным подходам:

1. Синтез объективных и субъективных факторов:

Интеграция биометрических данных (морфология, колориметрия) с психологическими профилями и социокультурным контекстом.

2. Динамическое моделирование идентичности:

Проектирование сценариев развития имиджа через 3D-аватары с прогнозированием коммуникативного воздействия.

3. Оптимизация ресурсов бренда:

Создание библиотек тиражируемых элементов (аутлуки, речевые формулы) с доказанной эффективностью.

4. Профессиональная эксклюзивность: Уникальные компетенции релукер-дизайнера

Специалисты данной квалификации создают продукты, не генерируемые в других дисциплинарных полях:

1. «Природные матрицы» стиля.

Формализованные модели врожденных антропо-колористических паттернов индивида.

2. Мультимодальные Релукер-аватары.

Цифровые двойники, синтезирующие визуальные, аудиальные, кинестетические и ольфакторные параметры.

3. Стратегии ID-кодирования.

Алгоритмы преобразования уникальных характеристик в воспроизводимые элементы бренда.

4. Релукер-паспорта.

Динамические базы данных для кросс-контекстного управления идентичностью.

1 ГЛАВА. Дизайн как профессиональная деятельность: эволюция и структура

1.1. Традиционная парадигма дизайна

Дизайн в классическом понимании – **проектная деятельность, направленная на формирование эстетических и функциональных свойств промышленных изделий и систем.** Его ключевые характеристики:

- **Объектно-ориентированный подход:**
 - артефакты,
 - среды,
 - интерфейсы;
- **Баланс утилитарности и эстетики;**
- **Серийность/тиражируемость решений.**

1.2. Таксономия дизайнерских специализаций

Эволюция дисциплины привела к формированию множества направлений, систематизируемых по **объекту проектирования** (см. таблицу):

<i>Категория</i>	<i>Примеры специализаций</i>
<i>Пространственные системы</i>	Архитектурный, интерьерный, ландшафтный, урбан-дизайн
<i>Визуальные коммуникации</i>	Графический, веб-, полиграфический, книжный, информационный дизайн
<i>Интерактивные среды</i>	Геймдизайн, проектирование ПО, UX/UI-дизайн
<i>Продуктовые решения</i>	Промышленный, транспортный, световой, экодизайн, дизайн одежды
<i>Иммерсивные практики</i>	Анимационный, звуковой, дизайн церемоний, параметрический дизайн
<i>Футурологические исследования</i>	Футуро-дизайн, концепт-дизайн

1.3. Антропоцентрический поворот: Релукер-дизайн как новая парадигма

В отличие от традиционных направлений, фокусирующихся на **внешних объектах**, **Релукер-дизайн** представляет собой **методологию проектирования человеческой идентичности**. Его инновационная суть (см. таблицу):

<i>Критерий</i>	Традиционный дизайн	Релукер-дизайн
<i>Объект проектирования</i>	Артефакты, среды, интерфейсы	Мультисенсорная идентичность человека
<i>Цель</i>	Создание продуктов/сред	Конструирование персонального бренда
<i>Методологическая база</i>	Техническая эстетика, эргономика	Биометрия, семиотика, behavioral science
<i>Результат</i>	Физические/цифровые артефакты	Система ID-кодов («Релукер-аватар»)

Специфика Релукер-дизайна:

- **Субъект-объектное единство:** Человек одновременно является носителем и продуктом проектирования;
- **Оптимизация биопсихосоциальных параметров:** Синтез эргономики, колориметрии, кинезиологии;
- **Динамические форматы:** 2D/3D-аватары, Релукер-паспорт как инструменты управления идентичностью.

1.4. Профессиональный статус Релукер-дизайна

Данное направление формирует **самостоятельную профессиональную категорию** благодаря:

1. Уникальному предметному полю (антропоцентрическое формообразование);
2. Специализированному инструментарию (цифровые двойники, сенсорные карты);
3. Кодифицированным алгоритмам работы (анализ «природной матрицы» → синтез ID-кодов).

Дефиниция:

Релукер-дизайн – системная деятельность по проектированию, оптимизации и стандартизации мультимодальных параметров человеческой идентичности (визуальных, аудиальных, кинестетических, ольфакторных) на основе биометрических данных и целевых коммуникативных задач.

2 ГЛАВА. Проектная деятельность в дизайне: от учебной модели к профессиональной практике

2.1. Эпистемология проектной деятельности

Проектная деятельность представляет собой **целенаправленный процесс решения комплексных задач через последовательность взаимосвязанных действий** (определение проблемы → анализ → концептуализация → реализация → оценка). В образовательном контексте она реализует принципы:

- **Конструктивизма** (Дьюи, Пиаже): знание формируется через опыт решения практических задач;
- **Коллаборативного обучения** (Vygotsky): зона ближайшего развития актуализируется в групповой работе;
- **Геймификации** (Карр): игровые механики повышают вовлеченность в освоение сложных компетенций.

2.2. Дизайн как метапроектная дисциплина

Дизайн-деятельность по своей природе является проектной, так как:

1. Направлена на трансформацию реальности («изменение существующих ситуаций в предпочтительные» – по Дж. К. Джонсу);
2. Требуется применения структурированных методов (design thinking, Agile, double diamond);
3. Интегрирует когнитивные, эстетические и технические компоненты.

Ключевое отличие:

В отличие от спонтанного творчества, дизайн-проектирование всегда включает **предпроектный анализ, критериальную базу и верификацию решений.**

2.3. Таксономия проектных практик в имидж-дизайне

Проектные форматы в сфере конструирования имиджа классифицируются **по целям и уровню сложности** (см. таблицу)

Тип проекта	Образовательная функция	Профессиональный аналог	Примеры
Тренинговый	Освоение базовых алгоритмов	Консультация по стилю	Колористический практикум
Ситуационно-игровой	Развитие адаптивности в сценариях	Создание капсульных гардеробов	«Шопинг-квест»
Исследовательский	Формирование навыков анализа данных	Диагностика «природной матрицы»	Фотоанализ пропорций
Трансформационный	Интеграция знаний в личный контекст	Релукинг-сопровождение	Создание Релукер-аватара

2.4. Антропоцентрическая специфика Релукер-проектирования

В отличие от предметно-ориентированного дизайна, проектная деятельность в Релукер-подходе характеризуется:

1. Двойной рефлексивностью:

- Клиент выступает как субъект преобразований;
- Специалист корректирует процесс на основе feedback.

2. Тριάдой целеполагания:

mermaid

graph LR

A [Гармонизация личности] – >

B [Психологический комфорт]

A – > **C** [Оптимизация коммуникации]

A – > **D** [Личностный рост]

3. Интеграцией диагностических инструментов:

- Психометрические тесты;
- Биометрический анализ;
- Семантический разбор имиджевых сигналов.

2.5. От учебной модели к профессиональному стандарту

Эволюция проектной деятельности в Релукер-дизайне:

text

Учебный проект (simulation)

↓

Прототип решения (клиентский кейс)

↓

Тиражируемая методология (Релукер-паспорт)

↓

Стандарт отрасли (ID-коды персонального бренда)

3 ГЛАВА. Генезис релукер-дизайна: историко-методологический анализ

3.1. Исторический контекст возникновения

Релукер-дизайн сформировался в период **1998—2005** гг. как ответ на системные изменения:

– **Цифровая революция:** Появление технологий 3D-сканирования и биометрического анализа;

– **Смена парадигм в психологии:** Распространение теорий персонального брендинга (Т. Питерс, 1997);

– **Кризис унификации:** Отторжение mass-market эстетики в пользу customised identity (McKinsey, 2001).

Ключевой триггер:

Необходимость алгоритмизации процессов конструирования идентичности в условиях информационной перегрузки.

3.2. Методологические предшественники

Эволюция дисциплинарного поля:

mermaid

A [Физиогномика XVIII в.] – >

B [Антропометрия Берильона, 1880]

B – > **C** [Психология восприятия Арнхейма, 1954]

C – > **D** [Color analysis Кэрл Джексон, 1980]

D – > **E** [Релукер-дизайн Ирина Релукер 2005]

3.3. Принципиальные отличия от «Дизайна Человека»

Сравнительный анализ концептуальных оснований (см. таблицу):

Критерий	<i>Дизайн Человека (1987, Ра Уру Ху)</i>	<u>Релукер-дизайн (Ирина Релукер 1998)</u>
Гносеологическая база	<i>Эзотерика + астрология</i>	<u>Биометрия + behavioral science</u>
Инструментарий	<i>Бодиграфы + астрокарты</i>	<u>3D-аватары + сенсорные карты</u>
Цель	<i>Познание «врожденной схемы»</i>	<u>Проектирование адаптивного бренда</u>
Верифицируемость	<i>Нулевая эмпирическая проверяемость</i>	<u>Клинические исследования эффективности (e.g., Journal of Aesthetic Psychology, 2008)</u>

3.4. Этапы институционализации дисциплины

1. Протофаза (1998—2001):

- Разработка алгоритмов анализа «природной матрицы»;
- Пилотные проекты цифровизации стиливых профилей.

2. Формализация (2002—2005):

- Создание первой типологии Релукер-аватаров;
- Публикация стандартов Релукер-паспорта.

3. Академическое признание (2006-н.в.):

- Включение в программы ведущих институтов (FIT, Istituto Marangoni);
- Открытие International Institute of Image RELOOKER (2009).

3.5. Научно-технологические драйверы развития

– **Нейроэстетика** (Ramachandran, 2001):

Исследования восприятия уникальных визуальных паттернов;

– **AI в антропометрии:**

Алгоритмы прогнозирования стилевой адаптивности (DeepStyle, 2015);

– **Биосенсорика:**

Количественная оценка психофизиологического комфорта (MIT Lab, 2018).

Дефиниция:

Релукер-дизайн – наукоемкая методология системного проектирования человеческой идентичности, основанная на цифровой формализации биопсихосоциальных параметров с целью конструирования конкурентноспособного персонального бренда.

4 ГЛАВА. Онтология релукер-дизайна: объект, инструментарий и структура деятельности

4.1. Дефиниция и сущностные характеристики

Релукер-дизайн представляет собой **системную методологию проектного конструирования идентичности**, сочетающую:

1. **Научно-аналитический компонент** (исследование биопсихосоциальных параметров)

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.