РОЗДІЛ 2
МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ. ТЕХНОЛОГІЇ ІМІДЖУВАННЯ

Тема 8 Персональна іміджелогія. Зовнішня маніфестація іміджу особистості

План

1. Зовнішність як біологічний компонент ділового іміджу керівника. Складники зовнішності людини. Біологічні та соціальні ознаки особистості як першоджерела формування ділового іміджу та стилю менеджера закладу освіти
2. Мода й краса як чинники формування біологічного компоненту іміджу. Габітарний імідж особистості керівника: технології створення
3. Основи кольоропсихології. Типи кольорової поведінки (концепція М. Люшера). Типологія кольорового іміджу людини К. Джексон: весна, літо, зима, осінь. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини. Стратегії самопрезентації керівника в одязі. Вибір стилю одягу. Різновиди стилів

1. Зовнішність як біологічний компонент ділового іміджу керівника. Складники зовнішності людини. Біологічні та соціальні ознаки особистості як першоджерела формування ділового іміджу та стилю менеджера закладу освіти

«Індивідуальний стиль» і «імідж» – це різні поняття, але вони є невід'ємною частиною один одного. Якщо імідж – це будь-яка роль, то стиль – це швидше за все гармонія душі й тіла, тобто внутрішнє «Я». Для багатьох віднайти свій власний стиль – це означає віднайти самого себе, виразити свою точку зору. Завжди можна визначити стиль, якому надається людська перевага, коли бути уважним до зачіски, малюнка на тканині або кольору краватки. А такі «дрібниці», як браслет, парасолька або брелок, можуть розповісти про господаря більше, ніж будь-які слова. Часто ми вибираємо подібні речі спонтанно тільки тому, що вони подобаються, а отже, відповідають нашому внутрішньому «Я». Стильно вдягнена людина не просто одягнена зі смаком, у неї продумані всі деталі костюму – від ґудзиків до носовичка. Їй дійсно пасує все те, у що вона вдягнена. Це і є взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього, відповідність іміджу – стилю, а стилю – іміджу. Такий гармонійний образ формується завдяки природженому смаку і відчуттю прекрасного, а також знанню основ стилістики і законів гармонії.

Стиль одягу багато в чому залежить від типу роботи та способу життя. Працюючи в діловій сфері – фінансовій, правовій або займаючись викладацькою діяльністю, потрібно вибирати строгий офіційний стиль, оскільки ви завжди перебуваєте на людях, які, перш за все, по вашому зовнішньому вигляду формуватимуть своє враження про вас. Інші сфери, наприклад, рекламний бізнес, індустрія моди, допускають набагато вільніший стиль одягу. Важливо також враховувати так званий корпоративний імідж, тобто враховувати побажання керівництва компанії. Якщо акцент робиться на роботу «у команді», буде краще бути якомога більш схожим на членів цієї команди. Потрібно завжди враховувати психологічні моменти, наприклад, якщо

ви хочете отримати підвищення по службі, то, йдучи на прийом до керівництва, потрібно одягнутися так, нібито ви це підвищення вже отримали, тоді керівництву легше буде відрекомендувати вас на цю посаду. Чоловікам «важче» одягнутися, ніж жінкам, оскільки офіційний чоловічий костюм принципово не змінювався вже майже сотню років.

Безумовно, дотримуватися іміджу фірми потрібно, але все таки повністю розчинятися в ньому, втрачаючи індивідуальність, також не варто. Виразити індивідуальність можна через незвичайний колір і деталі одягу.

Стиль – ось основне, що відрізняє по-справжньому елегантну людину. Асоціації, що викликають емоції щодо тканини і кольору одягу, свідчать, що саме ви цінуєте в житті. Стильний образ – означає цільний, завершений; у ньому все продумано: від ґудзиків до пряжок на туфлях. Але при цьому важливо не виглядати занадто ідеально, як еталон або манекен.

Під стилем одягу розуміють, перш за все, узгодженість усіх деталей костюма з композиції, форми, кольору, матеріалу тощо та їх приналежність до загального задуму. Стильно вдягнений – означає, одягнений гармонійно, зі смаком, достатньо модно і в той самий час індивідуально. Витриманість стилю – це коли всі елементи зовнішнього образу (одяг, взуття, зачіска, аксесуари) гармонують один з одним і працюють на створення єдиного образу. Це також упевненість в тому, що все, що ви вдягаєте, не тільки добре поєднується між собою, а й підходить саме вам, прикрашає вас і підкреслює індивідуальність. Уміння носити речі, здатність подати себе, якийсь шарм, легку недбалість і в той самий час вишуканість – ось що робить образ стильним і неповторним.

Особливе значення для габітарного іміджу має стиль «костюма». Під стилем «костюма» розуміють спільність форм і деталей зовнішніх виявів людини.

«Костюм» включає все, що одягнено на людині. Це і верхній одяг (плаття, сорочка, блуза, брюки, піджак, жакет), взуття та аксесуари (головний убір, краватка, сумка, пояс, годинник, авторучка), прикраси, зачіска, макіяж.

Ми бачимо, що поняття «костюм» виходить далеко за межі комплекту: піджак та брюки, або спідниця. Більш того, деякі модельєри відзначають, що найважливішою частиною гардеробу сучасної людини є зовсім не одяг, а зачіска і взуття. Зачіска – це те, на що люди звертають увагу в першу чергу і що залишається незмінним при зміні одягу. Взуття ж відображає реальний спосіб життя людини, його рівень та матеріальний дохід. Взуття здатне змінити зріст людини, її ходу і навіть характер.

За допомогою «костюма» люди усвідомлено або несвідомо посилають оточуючим важливу інформацію про себе. За одягом можна визначити такі якості її господаря:

1) стать;
2) місце людини в суспільстві: групу, до якої вона належить, її статус;
3) рівень її доходу (багатство);
4) життєві цінності та пріоритети;
5) естетичний смак;

6) спосіб життя;
7) характер.

Не дивно, що саме «костюм» є одним з найважливіших елементів особистісного іміджу. Робота над ним вимагає особливої уваги і зусиль. Причому чим вищий статус людини, тим суворіші вимоги до її одягу.

Існують загальні критерії для оцінки «костюма» окремої людини. Це ті враження-ефекти, які справляє на оточуючих «костюм» сам по собі.

Стилісти та іміджмейкери виокремлюють три провідних стилі в житті ділової людини:

- діловий костюм;
- вечірнє вбрання;
- спортивний стиль.

При виборі одягу потрібно враховувати не тільки модні напрями, але, перш за все, тип своєї фігури. Силует актуальний, але не відповідний вашій статурі, дасть зворотний ефект: фігура виглядатиме безформною і нестрункою. Саме особливості фігури визначають зовнішні контури костюма, тому треба носити такий одяг, який найбільш близький формі вашого тіла. Силует фігури пов'язаний з будовою скелета і розподілом м'язових і жирових тканин, він практично не залежить від повноти, проте може мінятися з віком. Основа будь-якого стилю – зовнішня форма, силует. Саме силует одягу визначає характер образу в цілому і диктує композицію і пропорції костюма, а також його складові елементи. Модний силует змінюється приблизно кожні десять років.

Мода (у перекладі з французького – образ, міра, правило) – це сукупність смаків і поглядів, що панують у певному середовищі і лише в певний проміжок часу. Мода, перш за все, поширюється на костюм. Багато людей прагнуть слідувати моді та вважають це цінним для себе.

Існування моди відображає той факт, що одяг означає для людей набагато більше, ніж просто захист від холоду та дощу. Мода глибоко символічна. Бути модним – це:

- ототожнювати себе з важливими образами;
- бути сучасним;
- бути цікавим і різнобічним;
- прагнути до змін.

Одяг є важливою символічною системою, яка, перш за все, створена для диференціації в соціальних характеристиках індивідів. Обираючи той чи інший модний стиль, люди фактично обирають референтну (відповідну для себе) групу, щоб відповідати їй та ідентифікувати себе з нею.

Чутливість до моди також відображає часову перспективу людини. Її спрямованість на минуле, сучасне або майбутнє. У цьому разі людей розподіляють на «старомодних», «модних» та «ультрамодних».

Дослідник історії костюма Д. Лавер прийшов до висновку, що залежно від часу один і той самий костюм сприймається:

- непристойним – за 10 років до свого часу;
- екстравагантним – за 1 рік до свого часу;

– витонченим – у свій час;
– без смаку – рік (після свого часу);
– жахливим – 10 років по тому;
– чудернацьким – 50 років по тому;
– романтичним – 100 років по тому;
– прекрасним – 150 років по тому (після свого часу).

Щодо ставлення до моди всіх людей можна розподілити на декілька величезних груп. По-перше, це інноватори – революціонери в галузі моди.

Безперечно, це вони створюють моду вищого рівня (колекції від кутюр), а також формують нові тенденції в масовій моді (колекції прет-а-порте). Це кутюр'є і дизайнери зі світовим ім'ям, такі як П'єр Карден, Коко Шанель, Джанні Версаче, Жан-Поль Готьє, Джорджіо Армані.

Другу групу складають ініціатори моди або активні її споживачі та розповсюджувачі. До них належать люди, які професійно займаються модою (стилісти, дизайнери, візажисти), а також відомі особи, які є кумирами мільйонів людей. Для прикладу, голлівудський актор Річард Гір віддає перевагу елегантним костюмам від Джорджіо Армані. А Елтон Джон, Тіна Тернер і Мадонна – клієнти Джанні Версаче, відомого своїми колекціями «сексуального одягу». До цієї ж групи «ініціаторів» можна віднести просто «модних людей», які стежать за модою по-справжньому.

До третьої групи можна зарахувати пасивних споживачів моди. Ці люди стежать за модою час від часу, як прийдеться.

Нарешті, існують ще дві категорії людей, які взагалі не визнають моду. Одні просто не звертають на неї ніякої уваги, інші – виступають її переконаними супротивниками, відстоюючи своє право на власний стиль.

2. Мода й краса як чинники формування біологічного компоненту іміджу. Габітарний імідж особистості керівника: технології створення

А тепер повернемося до формування *габітарного* іміджу. Жінці, яка працює на фірмі, треба дотримуватися таких самих правил і норм, що й чоловікові. Як свідчить досвід, жінкам важче закріпитися в цій ролі, але надмірно прагнути стати «справжнім чоловіком», виявляючи невгамовну жорсткість, не варто. Розумніше використовувати ті якості, якими наділила вас природа. Як і раніше, у цій професії головними залишаються порядність, високі ділові якості, дотримання всіх норм етикету як на робочому місці, так і на прийомах, доглянутий зовнішній вигляд, елегантність – з таким працівником, чоловіком або жінкою, легко й приємно буде вести справи.

Якщо ви працюєте в офісі та отримали завдання підписати важливий контракт для корпорації у неформальній обстановці, то вам, перш за все, потрібно зробити перший внесок на придбання того, що ми називаємо «одягом для виходу в світ». Він може бути дуже значним. Тому потрібно постійно ретельно підбирати кожну річ, зважаючи на те, що офіс-менеджеру належить відповідальна роль у житті корпорації, де він працює. Дуже важливо, щоб річ добре сиділа – краще хай вона буде трохи вільніша, ніж затісна. Якщо річ вам замала, то неодмінно з'являться поперечні складки, через які ви здаватиметеся

товстішою. Крім того, такі речі часто «морщать», особливо спідниці. Діловий костюм виступає основною формою одягу ділової людини. Він підбирається в строгій відповідності з ситуацією. Так, наприклад, вирушаючи на офіційний прийом, потрібно вдягти те, що вимагає доданий до запрошення протокол. Якщо ж стиль одягу наперед не обумовлений, треба одягнутися максимально консервативно. У чоловіків це темний строгий костюм, біла або світла однотонна сорочка, стримана краватка. У жінок – темне, елегантне подовжене плаття або строгий костюм зі спідницею. У тих та інших – бездоганна зачіска і добротне взуття.

При підготовці до самопрезентації або виступу перед великою аудиторією треба додати своєму костюму акцентовану впізнаність, уникаючи при цьому несмаку. Тут можуть допомогти: яскрава краватка в чоловіків, шарф у жінок, «вільніший» стиль костюма, гра кольорів, використання аксесуарів. Проте костюм повинен залишатися діловим і бути максимально елегантним.

У щоденному діловому одязі простежується більша індивідуальна своєрідність. Тут уже допускається поєднання декількох стилів, наприклад, костюмного піджака і футболки. У той самий час щоденний робочий костюм повинен відповідати кільком загальним вимогам:

– головне правило – ідеальна чистота і охайність, які значно підвищуючи самопочуття власника костюма, стимулюють у оточуючих довіру до нього;

– інша важлива умова – комфортність, що, у свою чергу, дає змогу довго зберігати високу працездатність.

Жінкам дуже важливо дотримуватися такого правила: ніколи, виступаючи перед публікою, не можна з’являтися в одязі з короткими рукавами, навіть влітку, короткі рукава виглядають, м’яко кажучи, дуже неформально. Довгі рукава додають стрункість фігурі і роблять ваш вигляд більш професійним.

Усі види жіночого одягу, починаючи від нижньої білизни і закінчуючи вечірнім туалетом, реагують на перебіг моди, і якщо чоловічий одяг досить мало змінювався за останні сто років, то жіночий зазнав істотних змін. Зусиллями таких модельєрів, як Коко Шанель, жінки перестали носити тугі незручні корсети, з’явилася сучасна нижня білизна, сукні стали коротші та зручніші, жінки наділи брюки (хоча вперше це відбулося ще в XIX ст.), з кінця 1950-х років з’явилися колготки, які також істотно вплинули на моду.

Панчохи й колготки також є важливим елементом створення іміджу. Звичайно, якщо ноги красиві й доглянуті, можна ходити без панчох у відкритому взутті, наприклад, у босоніжках. Узувати туфлі на босу ногу, особливо в офіс, не прийнято, причому навіть зі слідами, оскільки вони, як правило, погано виглядають як у туфлях, так і у відкритих босоніжках. У діловій, офіційній та урочистій обстановці колготи або панчохи обов’язкові завжди, навіть у літню спеку. У наш час розроблені різні волокна, і, залежно від типу і густоти волокон, колготки і панчохи можна носити як в холод (20–40 градусів, так і в літню спеку (від 25 – до 35 градусів). Сучасні колготи з

щільним верхом можуть трохи корегувати фігуру; колготки високої якості з додаванням лайкри достатньо міцні, хоча багато жінок завжди носять у сумочках запасні. Колготки, як і все інше, потрібно купувати свого розміру, тоді вони не порвуться при надяганні та не сповзатимуть під час руху, утворюючи неприваблиі складки. Колготки й панчохи повинні поєднуватися з кольором одягу, кольорові колготки з малюнком можуть дозволити собі тільки юні дівчата, схильні до епатажу. Панчохи і колготки чорного кольору роблять ноги стрункішими, але захоплення тільки цим кольором минуло.

Якщо ви обираєте спідницю, вона повинна відповідати віку, комплекції та ситуації, приховувати наявні недоліки і підкреслювати достоїнства. Міні-спідницю, особливо коли жінка на роботі сидить або працює з достатньо великою кількістю чоловіків краще не вдягати. Жінці після 40 років, а також жінкам, молодшим сорока років, які займаються бізнесом, краще вибирати спідницю «італійської» довжини (до середини коліна). Розрізи збоку і спереду для ділового костюма недоречні. Купуючи спідницю, потрібно продумати, з яким взуттям і яким верхом ви її носитимете, щоб мати елегантний та витриманий в одному стилі одяг.

Брюки повинні бути по фігурі, не сковувати рухів. Якщо брюки без манжетів, вони трохи довші ззаду, ніж спереду, але вони не повинні торкатися землі та закривати підбору, оскільки класичні брюки виглядають дуже елегантно з туфлями на підборах, а короткі чобітки, черевики, туфлі на плоскій підошві спрощують зовнішній вигляд. Елегантний брючний костюм може використовуватися і як вечірній туалет.

Незважаючи на досить демократичну сучасну моду, брючний костюм все ж таки не рекомендується використовувати як діловий співробітницям (особливо керівникам) солідних фірм. З аксесуарів до брючного костюму потрібен пояс, а також туфлі на підборах.

Блузи варто підбирати різні за стилем і кольоровою гаммою, тоді є можливість створювати безліч комбінацій. Блузи зі складним дизайном носять як самостійну частину туалету, прості й елегантні блузи надягають під піджак або жакет. Для роботи в офісі блузи з дешевих тканин непридатні. Кольорова гама повинна бути ніжною, не яскравою (білий, блакитний, рожевий, ліловий).

Костюм класичного ділового стилю, добре пошитий, із високоякісної тканини повинен бути в гардеробі кожної жінки. Такий костюм буває частіше за все сірого, синього, темно-оливкового кольору або кольору червоного дерева, він завжди в моді, він слугує, як правило, декілька років. Тканина повинна бути хорошої якості, м’якою, із матовою поверхнею, міцною.

Костюм повинен витримувати постійні чищення і мати при цьому чудовий вигляд. Міняючи блузи, туфлі й аксесуари, можна істотно змінити сприйняття одного й того самого костюма. Крім того, можна поєднувати піджак або жакет від костюма з іншими спідницями, відповідними за стилем і тоном, одержуючи при цьому інший оригінальний комплект. Весняні й літні костюми найчастіше бувають сірувато-бежевого кольору: молочного, світло-оливкового, какао. У костюмі одного з цих кольорів жінка виглядає доброзичливо. Варто

мати на увазі: чим костюм світліший, тим він повинен бути якісніший; костюм яскраво-червоного кольору розповість оточуючим вашу впевненість, костюм м'якого фіолетового кольору додасть таємничості.

Відрекомендуйте себе в сірому костюмі, кольору голубиного крила, із натуральної тканини (шерсть, замша, щільний шовк або навіть штучна замша) з блузою приглушеного голубого або сірувато-рожевого кольору з ненав'язливим малюнком. Можна вибрати блузу з однотонної тканини, але при цьому пожвавити її кольоровим шарфиком. Непогано виглядатиме, якщо ви одягнете на шию біле намисто або низку штучних перлин, додасте до цього відповідні каблучку або сережки. У такому одязі ви можете з'явитися як в офіційній, так і в неофіційній обстановці та завжди матиме вишуканий вигляд. Можете не сумніватися: оточуючі оцінять ваше елегантне й стримане вбрання.

Сукня або сукня-костюм – традиційний жіночий одяг, доречний практично в усіх ситуаціях. Добре пошите плаття з різноманітними аксесуарами можна носити і як діловий одяг, і як позаробоче вбрання, і навіть як вечірнє. Ідеальним варіантом є сіре плаття з м'якої шерсті в білу прошву. Вам потрібно підбирати високоякісну тканину, крій, максимально ефектний для вашої фігури. Плаття простого крою переважно треба носити в тому разі, коли вам не потрібно виглядати керівником, якщо робочий день закінчується діловим обідом із колегами або клієнтами, то краще вдягти з ранку те, що легко змінити ввечері.

У спекотні літні дні виникає проблема, як одягнутися на роботу елегантно і не знемагати від жари. Зрозуміло, відкриті плечі та глибоке декольте в офісі неприйнятні, оскільки при цьому порушуються норми ділового етикету. Для спекотної погоди підійде комплект із блузи на бретелях (але не топ!) і легкого жакета вільного крою з короткими рукавами. Діловий стиль створить і сукня простого крою в комплекті з коротким жакетом. Не буде жарко і в жакеті з довгими рукавами, якщо він зшитий з натуральних тканин, льону, віскози. Навіть у спеку панчохи в офісі обов'язкові, але туфлі при цьому можуть бути не дуже закритими. Для офісу не пасують сандалі або босоніжки, сплетені з ремінців.

Для ділового одягу не використовують деякі види тканин, наприклад, оксамит; прозорі тканини – тафту, шифон, мереживо; блискучі тканини – атлас, парчу і не прикрашають блискучими помітними вишивками, бісером або штучними перлами. Діловий одяг повинен бути зручним і функціональним. Комфортний одяг дозволяє не думати про нього, а отже, відчувати себе упевнено.

До жіночого взуття є декілька принципових вимог. Ходити у взутті зі стоптаними набійками і розбитими каблуками неприпустимо. По взуттю можна легко визначити характер його власниці.

Кожний тип одягу потребує відповідного виду взуття. Чорні туфлі-човники на низькому, середньому і високому підборах потрібно мати в будь-якому гардеробі. Щоб зменшити на вигляд розмір ступні, краще вибирати темніші панчохи і туфлі на підборах.

Взуття яскравих кольорів, навіть якщо воно поєднується з одягом, на ділові зустрічі краще не взувати, особливо зухвало виглядають червоні туфлі. Крім того, краще уникати зайвих, особливо блискучих прикрас на туфлях, це не додає елегантності та пасує тільки юним дівчатам.

На прийом взувають шкіряні або замшеві туфлі на зручних підборах. Це актуально на прийомах типу фуршет і коктейль, оскільки вони можуть тривати декілька годин і весь цей час доведеться стояти. До вечірніх туалетів туфлі підбирають особливо ретельно, вони можуть бути не тільки шкіряними, але і обшитими тканиною – шовком або парчею, як правило, вони складають комплект із сумочкою, причому якщо плаття блискуче, то туфлі й сумочка – матові, і навпаки.

3. Основи кольоропсихології. Типи кольорової поведінки (концепція М. Люшера). Типологія кольорового іміджу людини К. Джексон: весна, літо, зима, осінь. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини. Стратегії само презентації керівника в одязі. Вибір стилю одягу. Різновиди стилів

Символ – це непряме позначення чого-небудь. Символ складається з явного зображення і прихованого значення. Люди володіють здатністю прочитання прихованого (часто несвідомого) значення символів.

Розрізняють: графічні символи, образотворчі символи і символи-цінності. Водночас символіка може бути: архаїчною (стародавньою), універсальною (загальнолюдською), груповою та індивідуальною. Наприклад, хрест і зірка (пентаграма) належить до архаїчної символіки. Хрест – знак матеріального світу, чотирьох стихій та страждання. Зірка символізує всемогутність і духовний контроль над світом.

Іміджева символіка містить:

- характерну колірну гамму;
- деталі зовнішності, що повторюються;
- типові жести;
- особисті знаки;
- графічні символи;
- символи соціального престижу (стиль життя, житло, машина, дозвілля тощо).

Колірна символіка дуже важлива для іміджу. Семантика кольору визначається кількома обставинами. По-перше, сприйняття кольору не так тісно пов’язане з мовою, як ім’я, отже, має більш ірраціональний характер. По-друге, вплив кольору на людину має більш виражену фізіологічну першооснову. Вплив кольору матеріальний – він в організмі людини викликає реальні зміни. По-третє, значення одного і того самого кольору має схожі риси в різних культурах. Міжкультурні відмінності нівелюються спільністю психофізичних процесів людей, а також схожістю взаємодії з природними кольоровими ефектами.

Колір сам по собі щось виражає. Від цього не можна відмовлятися. Це потрібно використовувати.
Вінсент Ван Гог

Колір багатозначний і дозволяє виражати без слів найрізноманітніші речі:
- погляди людини;
- її характер;
- сексуальність;
- актуальні події життя (весілля, свято, траур);
- цінності;
- роль, на яку претендує особа;
- становище в суспільстві;
- ставлення до традицій;
- ставлення до інших людей.

Колір також широко використовують під час формування фірмового стилю і торгової марки, для того, щоб зробити товар або групу людей більш впізнанними і привабливими. Сотні брендів ідентифікуються споживачами завдяки кольоровій символіці. Наприклад, чай «Ліптон» – жовтий колір; ресторани швидкого харчування *«McDonald's»* – червоно-жовтий;

«Coca-cola» – червоний; *«Pepsi»* – поєднання синього, білого і червоного. Останнім часом в брендінгу позначилася тенденція до використання переважно насичених, акцентних кольорів – жовтого, білого й синього.

Ми бачимо, що кольорова символіка використовується надзвичайно широко. Через її особливу важливість у житті потрібно навчитися розбиратися в семантиці основних кольорів. Білий належить до ахромних («безбарвний, невидимий») кольорів. Йому надається особливе значення у всіх культурах. Білий колір втілює саме життя, «біле світло». У давнину білий колір ототожнювався з «духами предків». У християнській традиції «біле» ототожнюють з божественним світлом Бога-творця.

Білий – найдосконаліший колір, і до нього ми всі прагнемо.
Е. Кей

Білий колір асоціюється з ідеальною чистотою, виступаючи гарантом здоров'я і захищеності. Він асоціюється з такими властивостями людини, як охайність, етична чистота і праведність. У західній культурі він супроводжує шлюбні обряди, символізуючи непорочність. У Стародавньому Римі весталки, що дали обітницю невинності, носили тільки білий одяг. У православ'ї – це колір непорочності Богородиці.

Глибинним аспектом семантики білого кольору може виступати його зв'язок із молоком матері. Невипадково жінка, одягнена в усе біле, викликає в оточуючих більше довіри.

Чорний колір завдяки особистим асоціаціям легко пов'язати з мороком, з безоднею і несвідомим прагненнями. Недивно, що в більшості культур саме чорний колір означає смерть (як антитеза білому й світлу). Одночасно чорний колір пов'язаний із запереченням життя і руйнуванням, тобто зі злом. В

європейській світській культурі чорний колір також пов'язують з меланхолією і терором.

Колись чорний колір був кольором піратства. З часів повстання ліонських ткачів (1831) він став використовуватися як символ бунтарства і згодом був запозичений анархістами і реакціонерами всіх країн. Сьогодні в західній культурі «чорне» ототожнюється з «поганим, таємничим, лихим і небезпечним». Це знайшло свій відбиток у таких виразах, як: «чорний гумор», «чорна душа», «чорна магія».

У християнстві чорним кольором позначається диявол і пекло. У буддизмі чорним характеризується глибина і таємниця прихованого буття. Відомо, що чорний колір не тільки відштовхує, але і притягує своєю невідомістю. В ісламі чорний колір високо цінується. Він символізує темне велике небо з яскравим місяцем і провідною зіркою. Також це колір повсякденного одягу жінок в ісламських державах.

Чорний колір не належить до числа кольорів.
Він – містерія, таїнство, яке неможливо зрозуміти.
Якоб Бені

Сірий колір є своєрідною сумішшю чорного і білого, урівноважуючи дві протилежності – «таємничість чорного і соціальність білого».

Сірим є попіл. Можливо, тому античний світ вважав сірий колір, кольором трауру. Пізніше у європейській культурі він став асоціюватися з такими якостями особи, як нормальність, звичність, стриманість, коректність, врівноваженість. І дійсно, сірий є єдиним кольором, що не має у спектрі додаткових кольорів, він «самодостатній».

У XX столітті сірий костюм був найпопулярнішою формою одягу. Сірий став класичним, нейтральним кольором завдяки своїй помірній консервативності, яка свідчить про інтелігентність, діловитість і розум. Завдяки асоціації «сірий – непомітний» до вжитку ввійшла фраза «сірий кардинал», що означає людину, яка має таємну владу. Російський менталітет не прийняв «сірого», приписав йому негативні якості. Бути сірим означає бути пустою, нікчемною людиною.

Червоний, жовтий і помаранчевий кольори складають групу так званих теплих кольорів. Вони підвищують кров'яний тиск, активізують і зігрівають. Червоний – бере свій початок у вогненній стихії. А оскільки він символізує вогонь, то підсвідомо пов'язується з енергією і мужністю. У Китаї червоним кольором позначається чоловіче єство. У західній культурі «червоне» частіше асоціюється з війнами, кров'ю і лівим екстремізмом, комунізмом. Відомо, що червоний колір став політичним символом із 1871 року, після Паризької комуни, отже, виступав кольором прапору міжнародного пролетарського руху, а потім і Радянської Росії. На думку В. Гете, енергійні, здорові, суворі люди знаходять особливе задоволення в цьому кольорі. Перевагу йому надають і дикі народи.

У язичників червоний колір відповідає образу сонця і вогню. У Росії червона здавна було синонімом краси: «червона дівчина», Червона Площа,

червоний рядок. Дослідники також пов’язують цей колір з пристрастю, сексуальністю і лібідо (у значенні енергії сексуальної привабливості). Це не тільки колір крові та плоті, але колір потужності й сексуального панування.

Червоні ліхтарі у всьому світі показують шлях туди, де пропонується сексуальне збудження.

Г. Клар

За червоним йде жовтий, найближчий до світла колір. Він асоціюється з сонцем, осяянням, німбом Христа. У Стародавньому Китаї жовтий колір вважався священним і означав жіночність (Інь). Ченці-буддисти носять помаранчево-жовтий одяг, символізуючий відхід від дійсності. Жовтий колір – це також колір золота (блискучий жовтий), а отже, й багатства.

Цей колір можна представити як суміш двох інших – збудливо-червоного і заспокійливо-зеленого. Це поєднання пояснює характер впливу жовтого кольору – він підвищує працездатність і приводить до розрядки. Він несе у собі ясність, веселість, задоволення і оптимізм.

Червоний колір за часом відповідає сьогоденню, тоді як жовтий – указує на майбутнє.

Г. Клар

Помаранчевий колір є сумішшю червоного і жовтого. У Стародавній Індії він означав еротичну налаштованість обох половин. Загалом цей колір асоціюється з полум’ям, задоволенням, радістю і розкішшю. На відміну від червоного, помаранчевий колір викликає не дуже сильне збудження і не спонукає до агресії.

Коричневий колір генетично пов’язаний зі сприйняттям ґрунту, кори дерев і шкури тварин. Він породжує відчуття приземленості, надійності, стриманості. Психоаналітичні теорії указують також на його зв’язок з анальною дією. Коричневий колір здатний підсилювати амбівалентні та агресивні почуття, особливо в поєднанні з червоним або чорним. Недивно, що саме коричневий колір став маркером націонал-соціалізму.

Зелений колір займає проміжне становище між теплими і холодними кольорами. Він пов’язаний з природою як символ родючості, життя і розвитку. Йому приписується чоловіче начало, що виявляється у здатності до самовдосконалення і зростання. В ісламі зелений – священний колір.

Загалом зелена гама має загальну заспокійливу дію, нормалізує тиск, збільшує гостроту зору, приводить до стабілізації дихання і пульсу. Коричнево-зелені тони також приводять до розслаблення вегетативної нервової системи. А от темно-зелений має здатність втрачати перераховані властивості. Зеленувато-жовтий вважається кольором правителя пекла Люцифера («несе світло») очей диявола. Синювато-зелений колір асоціюється з доларами США. Він здатний посилювати напругу й прагнення до самоствердження.

Блакитні й сині належать до холодних кольорів. Вони виражають віддаленість, благородство й стриманість. Блакитний колір асоціюється з небесною чистотою, духовністю, а також з жіночою стихією вод. Близький йому – синій – втілює глибину, вічність, творчість і вірність. Він однаковою

мірою належить як до жіночого, так і до чоловічого начала. Це також колір одягу протестантів.

Пурпурні кольори (ліловий, багряний, фіолетовий, малиновий) є різними поєднаннями червоного й синього. Вони відомі своєю суперечливістю. Їхнє приховане значення:

– фіолетовий – містика, печаль, релігійна пристрасть, покаяння, влада, боротьба людського духу, прагнення до свободи, жадання самовираження, жадання творчості;

– бузковий – єдність з вселенським життям, чуттєвість, еротичність;

– пурпур (темно-малиновий) – божественна й імператорська гідність, сила, гнів, влада, чуттєвість;

– рожевий (розбілений відтінок пурпурного) – ніжність, тілесність, жіночність, свіжість, молодість, м'якість, чарівливість, невинність.

Отже, професійним іміджем можна і потрібно управляти, управління іміджем припускає стимулювання зміни іміджу відповідно до особистих і професійних цілей.

Управління особистим іміджем здійснюється у три етапи: проектування бажаного іміджу, реалізація бажаного іміджу, корегування й подальший розвиток іміджу.

Найнадійнішим способом реалізації масового іміджу є максимальне втілення в ньому загальнолюдських цінностей: здоров'я, любові, створення сім'ї, аналізу творчості.

Універсальний імідж ґрунтується на таких позитивних якостях особи, як: духовність, гуманізм, мужність, працьовитість, патріотизм, доброчинність.

«Індивідуальний стиль» і «імідж» – це різні поняття, але вони є невід'ємною частиною одне одного. Якщо імідж – це є будь-яка роль, то стиль – це насамперед гармонія душі та тіла, тобто внутрішнє «Я» (важливо не виглядати занадто ідеально як еталон або манекен).

Під стилем одягу розуміють, передусім, узгодженість усіх деталей костюма з композиції, форми, кольору, матеріалу тощо та їх приналежність до загальному задуму.

Одяг є важливою символічною системою, яка, перш за все, створена для диференціації соціальних характеристик індивідів. Обираючи той чи інший модний стиль, люди фактично обирають референтну (відповідну собі) групу, щоб відповідати їй та ідентифікувати себе з нею.

«Костюм» – це все те, у що людина вдягнена: верхній одяг (плаття, сорочка, блуза, брюки, піджак, жакет), взуття та аксесуари (головний убір, краватка, сумка, пояс, годинник, авторучка), прикраси, зачіска, макіяж.

Символ складається з видимого зображення і прихованого значення. Люди володіють здатністю до прочитання прихованого (часто несвідомого) значення символів.

Кольорова символіка дуже важлива для іміджу. Семантика кольору визначається кількома обставинами, головнішою серед яких є те, що вплив кольору на людину має більш виражену фізіологічну першооснову.

Імідж ділової жінки у сучасному світі

Щоб дослідити імідж ділової жінки в сучасному світі, з'ясуємо складові частини цієї комплексної теми: види одягу і взуття для ділової жінки, поєднання кольорів у жіночому одязі, індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки. Почнемо з огляду сучасних підходів до визначення іміджу ділової жінки. *Ділова жінка* – це жінка, яка веде свою справу (леді), це представниця різних фірм, агентств, банків, адміністративного сектору.

До всіх зазначених категорій ділових жінок висуваються високі вимоги до ділових якостей. Ділова жінка повинна уособлювати впевненість у собі, зібраність, організованість, заглибленість у справу. Ці якості, спрямовані на здійснення кар'єри, повинні бути присутні не тільки в самій особистості, але і позиціонувати зовнішньому вигляду ділової жінки.

Для ділової жінки дуже важливо пам'ятати про свою зовнішність, про те як вона вдягнена. Тому що одяг – один із факторів престижу, спосіб довести свою значущість у діловому світі.

Мікеланджело свого часу зауважив, що досконаліть складається з дрібниць. Думку італійського генія продовжує француз Монтеск'є: «У жінки є тільки одна можливість бути красивою, але щодня бути привабливою існує сто тисяч таких можливостей».

Жіноча мода менш стабільна, ніж чоловіча. Вона пропонує більш широкий вибір фасонів одягу та кольорів тканин, але певні традиції та правила існують і для неї. Найголовніше – кольорова гамма туалетів, сукня та аксесуари повинні гармоніювати між собою, а фасон одягу – відповідати особливостям жіночого одягу.

Діловий стиль або бізнес-стиль – це суміш елегантності класики і зручності спортивного стилю.

Види одягу і взуття для ділової жінки

У цьому світі діловим одягом, призначеним для роботи, є костюм. Правильно підібраний костюм може створити сприятливе враження і підкреслити професійні якості ділової жінки. Правильно одягнена ділова жінка – це жінка, що має свій стиль.

Особливістю стилю можна вважати силует. Він повинен бути прямим, напівприлягаючим, трапеціеподібним. Силует будується на прямих вертикальних лініях. М'який силует – не для ділового костюма.

Найкращим для ділової жінки визнано костюм. Сукню можна одягати тільки у спекотну погоду і тільки однотонну. У своєму гардеробі жінка повинна мати дві – три спідниці, стільки ж блузок, жакети. Строгий костюм з чоловічим або напівчоловічим піджаком буде неактуальним. Туалети треба міняти досить часто. До ділового костюма належать жакет зі спідницею або штанами, сукня в тон з жакетом, плюс блузки. Жіночий діловий костюм припускає непомітні елементи романтики, авангарду.

Діловий костюм вирізняє покрій та багатофункціональність. Жінка завжди має право на оригінальність в одязі, на свій стиль. При цьому треба вміти підбирати одяг відповідно до особливостей фігури.

Універсальним одягом жінки є спідниця, кофта, а також сукня і костюм. Якщо це просто робочі спідниця і кофта, то йти в них на весілля, у ресторан, на ювілей, день народження, на якийсь прийом, присвячений важливій події, буде недоречно. Вечірнім туалетом повинні бути сукня, сукня-костюм, брючний костюм або якийсь продуманий спеціальний ансамбль.

Вечірній туалет жінки повинен бути пошитий з урахуванням пори року по-різному: для осені, зими – з більш темної тканини, для весни, літа – з більш світлої. Але не рекомендується робити собі вечірній туалет з яскравої, строкатої, кольорової тканини. Тканина для вечірнього туалету повинна бути або гладенькою, або з якоюсь не дуже помітною обробкою.

Струнким жінкам пасуватиме одяг із легкої цупкої тканини або з високим ворсом. Вони можуть носити вбрання яскравих кольорів з великим малюнком, з поперечними чи косими смугами, у велику клітинку, а також з однотонних світлих тканин білого, блакитного чи жовтого кольорів.

Огрядним жінкам більш пасуватиме одяг з важких спадаючих тканин. Вони повинні вибирати тканини із дрібним малюнком, поздовжніми смугами та однотонних тканин темних кольорів, наприклад, чорного чи коричневого.

Тканини спокійних тонів пасують до гарного кольору обличчя та гладкої без недоліків шкіри. Так, блондинкам личить блакитний, рожевий, помаранчевий колір костюма з відтінками чорного, білого або сірого. Брюнеткам пасують сукні яскравих тонів (червоні, фіалкові) та чорні. Руді чи золотаві повинні обирати для себе коричневі сукні з фіолетовим, зеленим, блакитним відтінками.

В одязі ділової жінки одночасно дозволяється використовувати не більше трьох кольорів, наприклад, чорний, сірий та блакитний або бежевий, коричневий, зелений. Ще легше підібрати два основні кольори: червоний з чорним, синій з білим або чорний з жовтим.

Найкращими для ділової сукні є темно-синій, рудувато-коричневий, бежевий, темно-коричневий, світло та помірно-синій кольори тканини.

Для сукні ділового стилю небажані геометричні, рослинні чи абстрактні малюнки. На роботі жінці не треба бути «екстравагантною» – носити одяг, що щільно облягає, джинси. Немає сенсу в чоловічому колективі жінці носити чоловічий костюм.

Жакет у діловому стилі відрізняється від класичного демократичністю в силуеті. Він спрощений у крої, не заважає рухам. Жакет поєднується з довгою спідницею, вільним пуловером або блузою-сорочкою.

Бажані строгі закриті блузки, припустима блузка-топ без великого декольте. Спідниці прямі та розширені до низу. Брюки широкі з відворотами і складками біля поясу або більш облягаючі.

Дослідження американського вченого М. Молля показали, що використання ділового плаття з жакетом або спідниці з жакетом піднімає довіру й авторитет. Невисокий рейтинг ділових якостей у костюма з брюками. Брючний костюм типу «чоловічого» визнається припустимим, але менше підкреслює авторитет.

Ділова жінка не може прийти на роботу просто в брюках і кофті. У брючному костюмі – може, а в звичайній кофті і брюках – не може, це домашній одяг. Буде неправильним, якщо ділова жінка прийде на роботу надто декольтованою, у сукні без рукавів або в майці. Такий вигляд жінка може мати, коли зібралася на відпочинок – на пляж, за місто на прогулянку.

Головне у виборі ділового костюма – це те, що він повинен підходити до типу жіночої фігури й підкреслювати її достоїнства. Правильно підібраний діловий костюм буде позиціонувати серйозність, упевненість у собі, зібраність.

Важливим елементом у правилах етикету, які стосуються вибору одягу, є уміння складати «ансамблі» з набору речей, що входять до гардеробу.

З цієї точки зору доцільно мати костюм класичного крою, велике значення має і те, що він повинен бути зшитий з добротного матеріалу і якісно. Такого типу костюм можна комбінувати з різними сорочками, кофтами. Доповнення у вигляді туфель, аксесуарів дозволяють по-різному інтерпретувати зовнішній вигляд одного і того самого костюма.

Добре, якщо в гардеробі буде кілька костюмів зі схожого за якістю матеріалу і за кроєм. Комбінуючи між собою елементи різних костюмів в поєднанні з тонкими светрами, сорочками, блузами, можна знаходити цікаві і різноманітні ансамблі одягу. Сучасні правила хорошого тону в одязі бізнес-леді дозволяють поєднувати тільки пару: шарф і рукавички або туфлі і сумка. Діловий стиль припускає добротні тканини без ефекту «блиску», щільні і натуральні: твід, вовна, для блузок – шовк.

Ділова жінка повинна надівати панчохи у будь-яку пору року, влітку теж. До ділового одягу підійдуть панчохи тілесного, димчасто-сірого і рідше чорного кольору. Панчохи і взуття повинні відповідати одне одному. Щільні панчохи не пасують до легкого взуття на високому підборі, а тонкі – до спортивного взуття. Неправильно підібрані за кольором панчохи можуть зіпсувати враження від усього костюма. Найбільш прийнятні панчохи, колір яких відповідає кольору шкіри.

Панчохи та колготи малинового кольору не треба носити з довгою спідницею: малиновий колір – це виклик. Якщо він не підтримується іншим компонентом, скажімо, такого ж кольору міні-спідниця, виникає недоречна строкатість. Агресія поведінки також асоціюється, з білими колготками, короткою спідницею та туфлями без підборів. Чорні непрозорі колготки з лайкрою сприймаються як брутальні, деяким острахом перед таємничою непрозорістю. Темні панчохи, збуджують чоловіків, які найчутливіше відгукуються саме на такі сигнали. Додатково може підкреслювати «контраст» мереживна окантовка верхньої частини панчохи.

Туфлі ділової жінки – це класичні «лодочки» із підборами близько 4 см синього, чорного, темно-коричневого кольорів. Білий колір взуття – частина вбрання нареченої. Високі підбори прикрашають ногу і «зменшують» стопу, проте високим жінкам вони не рекомендується. Каблуки вищі за 6,25 см спричиняють посилену напругу м’язів ніг та ступнів. Якщо їх взувати в ті дні, коли треба тривалий час стояти або ходити, то можна нажити неприємностей.

При першій же нагоді їх треба знімати. На повних ногах негарно виглядають закриті туфлі. Для ділової жінки потрібне гарне взуття у класичному стилі з матової шкіри, без вигадливих прикрас.

Поєднання кольорів у жіночому одязі

Варіанти кольорові гами залежать від вашої зовнішності, кольоротипу. Правильно підібраний колір костюма підкреслює природні барви, індивідуальність. І, навпаки, невдала кольорова гамма може зіпсувати гармонійність вигляду і враження, що хотілося б справити.

Основна ділова палітра – синя (крім яскравих кольорів). Для будь-якого кольоротипу можна підібрати відтінок у синій палітрі.

Також діловими кольорами вважаються темно-сірий, коричневий (особливо з відтінком іржі), чорний (етикетні ситуації), синьо-зелений, маслиновий, бежевий, світло-сірий.

Не можна одягати яскраво-червоний одяг, якщо передбачається зустріч із конфліктним партнером. Червоний колір хоча й покращує настрій, проте драматичний, тривожний, провокує здійснити все й одразу, викликаючи тільки негативні емоції у «ворогів». Сірий колір символізує довіру, успіх, спокій, він найприємніший очам супротивника. Зелений і жовтий кольори одягу сполучаються і можуть бути сприятливими для зустрічі як з добрими, так і агресивними співрозмовниками. Жовтий і золотий колір одягу нерідко слугує ознакою родовитості. Чисті пастельні кольори асоціюються з хорошим настроєм, оптимізмом, добросердечністю.

Що ж до блакитного, синього і фіолетового кольорів, то жінки можуть носити щодня одяг таких кольорів, бо вони викликають спокій та умиротворіння. Фіолетовий колір підходить для мрійливих прогулянок, у символіці йому відповідає значення «надія», він подобається жінкам з незвичайним внутрішнім світом. Чорний колір – владний, активний, може пригнічувати особистість, активізує супротивні механізми, а також символізує сексуальну привабливість. Король всіх кольорів – білий, він викликає довіру, але не практичний, підкреслює недоліки шкіри, хороший як доповнення до інших. Коричневий колір – «жорсткий, нерухливий». Швейцарський психолог М. Люшер вважає його кольором невдачі для ділової жінки. Дещо світліші відтінки коричневого можуть бути нейтральними.

Вміле сполучення хроматичних (теплих) і ахроматичних (холодних) кольорів одягу може перетворити небажане спілкування в досить терпиме і таке, що може привести до домовленості.

Правильне визначення кольорового типу дає змогу безпомилково підібрати гамму в макіяжі та одязі. Автор «Теорії чотирьох пір року» І. Іттен у своїй книзі «Мистецтво кольору» зазначав, що кожну людину приваблюють свої кольори залежно від її генетично закодованої програми. У «своїх» кольорах людина відчуває себе більш комфортно. І, навпаки, найгарніша сукня «чужого» кольору здатна не тільки підкреслити недоліки фігури, а й створити неіснуючі.

Жінці-«літо» зі світлою шкірою та світлим і темним волоссям личить

поєднання теплих і холодних відтінків – молочно-вершкові, сіруватo-голубуваті, сіруваті-бузкові, сріблясто-золотисті поєднані з сіро-коричневим, індиго, темно-сірими кольорами. Жінці-«осінь», яка має шкіру золотистого кольору та русяве (руде) волосся, пасуватимуть золотисто-медовий, бежево-золотистий, персиковий та бежево-теракотовий кольори костюма.

Жінці-«зима» з блідою шкірою, темним волоссям та очима пасуватиме сірі та чорні кольори.

Жінка-«весна», маючи золотистий відтінок шкіри та світле волосся, гарно виглядатиме в теплих тонах, їй варто уникати чорно-білих контрастів.

Тканина, з якої пошито одяг, має також велике значення. Це не тільки форма, що добре зберігає тепло та добре носиться, але і як покажчик смаку.

Підвищують рейтинг ділових якостей такі кольоросполучення:

– темно-коричневий, синій підсилює безкомпромісність;

– коричневий із маслиновим або зеленим підсилює практичність, приземленість;

– синій із сірим або чорним підкреслює офіційність, нейтральність, холодність.

Чим яскравіші кольори, тим нижчий рейтинг ділових якостей. Небажано використовувати для костюмів зелений, жовтий, бордовий, бірюзовий.

Для блузок підійдуть пастельні тони, крім яскраво-рожевого, лілового, фіолетового. Для верхнього одягу: плащів і пальто оптимальні бежеві, чорні, темно-сині кольори; для шуб і дублянок – бежевий, сріблясто-сірий, можлива коричнева гама.

У символічній гаммі ділового стилю жінки допустимі однотонні, неяскраві смужки в синьо-сірій, синьо-коричневій палітрі, клітинка середнього розміру, неконтрастна, у сполученні синього, коричнево-сірого кольору. Залежно від фасону одягу можливі абстрактні (кола, ромби), рослинні малюнки, зображення людей і тварин.

До нормостенічних фігур пасують тканини з великим малюнком, зі смужками, у клітинку, також однотонні (світлі тони). Жінкам, які мають повну фігуру, більше личать тканини з дрібним малюнком і однотонні тканини темної палітри.

У всьому ансамблі одягу краще мати не більше трьох кольорів, причому вони підбираються так, щоб підкреслити домінуючий колір або контрастувати з ним.

Вдалі такі сполучення кольорів:

– чорний, сірий та фіолетовий;

– синій, сірий та голубий;

бежевий, коричневий і зелений.

Ще легше підібрати два кольори, що повинні або контрастувати, або підходити за тоновою гаммою.

Вдалі сполучення для ділового іміджу:

1) темно-синій костюм з бежевою, блідо-бежево-рожевою, світло-блакитною блузою з темно-синіми або синьо-чорними доповненнями

(аксесуари);

2) сірий (із блакитним відтінком) костюм з білою, блідо-голубою блузою і темно-бордовими доповненнями;

3) бежевий костюм із блузою кольору слонової кістки або темно-синьою і доповненнями в тон із блузою;

чорний костюм з білою, бежевою, голубою або блідо-бузковою блузою і доповненнями в тон до костюма.

Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду жінки

Аксесуари – найважливіша частина гардероба ділової жінки. Кольорова хусточка, брошка, фігурна шпилька, оригінальний пояс, елегантна сумочка – ці й інші деталі жіночого туалету додають її вигляду індивідуальності, шарму, відрізняють від інших жінок.

Діловій жінці варто носити класичні сумки середнього розміру з однотонної натуральної шкіри. Колір сумки повинен відповідати кольору взуття.

Психологи зауважують: сумка великого розміру свідчить про те, що її власниця дійова натура з широким світоглядом. Якщо при цьому сумочка строгої класичної форми, то її власниця вміє поєднувати роботу з відпочинком. Блискучу сумочку або сумочку, прикрашену дорогоцінностями, треба носити з дорогою сукнею. Треба зазначити, що всередині сумочки завжди повинен бути порядок і набір потрібних речей (носовичок, косметичка, мобільний телефон, портмоне).

Що ж до ділових речей, то повинен бути невеликий блокнот або щоденник у твердій оправі й гарна авторучка – це засвідчить акуратність, діловитість, організованість.

Головний убір надає жіночому костюму закінченого вигляду. Через це він повинен гармоніювати з костюмом, відповідати вікові, бути до лиця. Жінкам із подовженим обличчям не личать високі капелюхи, а також капелюшки малих розмірів. Капелюхи з широкими або дещо відігнутими донизу полями роблять обличчя більш привабливим.

Жінкам із широким обличчям не пасує капелюшок без полів, їм більше до лиця капелюшки невисокі з невеликими полями. Молодим жінкам не варто одягати капелюхи складних фасонів, їм більше личитимуть маленькі капелюшки з полями, відігнутими назад. Літнім жінкам пасують головні убори неяскравих тонів з полями, відігнутими донизу.

Окуляри вносять істотний вклад в імідж ділової жінки, додають серйозності й солідності усьому зовнішньому виглядові.

Якщо жінка носить окуляри, то оправа підбирається до овалу лиця і до кольору одягу.

Оправа повинна бути середніх розмірів, пластмасова, рогова чи металева. Брюнеткам треба підбирати оправу до кольору волосся, блондинкам та рудуватим – ні в якому разі не під колір волосся, краще коричневу. Бажано уникати темних, димчастих окулярів, жінка в таких окулярах не викликає довіри. Металева оправа надає солідності діловій жінці, але, з другого боку,

дещо зменшує її привабливість. На роботі краще носити окуляри, а контактні лінзи використовувати для неділових зустрічей.

Узагалі правильно підібрані окуляри надають жінці ділового вигляду, збільшуючи шанси особливо маленьких жінок з неяскравою зовнішністю.

Якщо обличчя овальне, то підійде будь-яка форма оправи, але не занадто велика. До прямокутного лиця вибираються круглі або овальні форми. До трикутного лиця з виступаючими вилицями і гострим підборіддям підійдуть окуляри форми «метелик», в яких верхній край оправи ширший, ніж нижній. Кругле лице виглядає краще із квадратними і прямокутними оправами. До обличчя широкого в області вилиць і середньої частини із різко вираженими куточками нижньої щелепи пасуватимуть великі окуляри плавної форми (овальної).

Ділова жінка може носити ювелірні прикраси, але без будь-яких надмірностей, середнього розміру. Допускаються комплекти прикрас у діловому класичному стилі, що охоплюють не більше трьох елементів:

– сережки, каблучка й ланцюжок;
– сережки, каблучка й намисто середнього розміру;
– брошка, сережки, каблучка;
– гладенький, строгий браслет, сережки та гладенька каблучка;
– годинник, кулон, сережки в одному стилі. Використання прикрас – це показник не стільки матеріального достатку жінки, скільки її культури та смаку. Не треба надівати водночас золоті та срібні прикраси. з біжутерією діловим жінкам треба бути обачними: вона повинна бути найвищого ґатунку і від престижних фірм. Біжутерії не повинно бути багато, навіть під час урочистих заходів і свят. Велика кількість блискучих дрібниць може свідчити про брак чоловічої уваги та певну сексуальну невдоволеність, інколи несвідому.

Прикраси не повинні заважати в роботі. Щодо шлюбних обручок – у деяких фірмах їх не носять за спільною домовленістю, але загалом ті жінки, які перебувають у шлюбі, повинні їх носити. Шлюбна обручка свідчить про статус жінки, оскільки статус заміжньої жінки, а тим більше жінки-матері значно вищий. Крім того, обручка слугує певною перепоною для небажаних залицянь. Відсутність обручки може свідчити про наявність певних сімейних проблем або про лідерство в сім'ї.

Сережки, як зазначають дослідники, свідчать про смак жінки, а також про її характер. Власниці трикутних сережок динамічні та імпульсивні. У цих представниць слабкої статі просто кипить енергія. Якщо до того ж сережки червоні або помаранчеві, жовті чи смарагдові – вона не байдужа до усього нового, незвичайного.

Еліпсоподібні сережки носять переважно романтичні жінки. Жінка дуже вразлива, якщо надає перевагу біжутерії темно-синього кольору.

Круглі сережки, зазвичай, носять ті, хто шукає справжню гармонію. Такій жінці подобаються чесні люди, вона врівноважена та витримана. Велике значення для неї має вірність.

Власниця чотирикутних сережок – самовпевнена та цілеспрямована,

надає перевагу діловим, небалакучим людям справи, які вміють вирішувати свої проблеми. Сережки з фігурками носять екстравагантні жінки.

Найбільш оптимальними в діловому стилі є прикраси без каменів, з дорогоцінного металу (платина, золото, срібло), можна використовувати прикраси з камінням нейтральних тонів – натюрель (яшма, лазурит, агат, бірюза, корал тощо), добре підкреслюють класичний стиль вироби з перлів.

Годинник у бізнес-леді повинен бути у класичному стилі – на білому циферблаті римські цифри.

Сучасна ділова жінка зазвичай стримана у прикрасах. Її жіночість виявляється в тому, що на робочому місці на таку жінку приємно дивитись. Вона приваблива, елегантна, в її кабінеті та за столом чисто, стоять квіти, завжди свіже повітря.

Елегантність жінки залежить від її смаку, відчуття моди й інтелекту. Головне – знайти свій стиль і зуміти пристосувати до нього моду. Продуктивні у створенні власного імідж-образу ті жінки, які мають відчуття смаку та міри інтуїтивно. Це своєрідний талант і, найчастіше, природжений. Разом з тим, щоб підтримувати особистий імідж, природні здібності потрібно постійно розвивати.

Волосся – це природна окраса жінки. Воно завжди входить у стереотип людського образу. Волосся не тільки «гріє голову», як кажуть діти, воно надає зовнішньому вигляду певної завершеності. Насамперед волосся повинно бути середньої довжини не нижче плечей, або коротка класична стрижка. Якщо волосся довге, ділова жінка повинна прибирати його в класичну зачіску: бабетта, мушля. Жінка з довгим розпущеним волоссям може бути досить привабливою, але є ризик зашкодити службовому авторитету. У виборі жіночої зачіски діють певні перевірені досвідом правила, проте вона завжди повинна бути модною і охайною.

Якщо жінка повна та висока, їй личить середня довжина волосся до мочки вуха, об’єм зачіски збільшений на скронях; якщо вона невисока та повна – хвилі чи легкі кучері; невисокій на зріст і худорлявій – лінія каре, короткий чи подовжений варіант зі збільшеним об’ємом зачіски біля вух та скронь.

Якщо обличчя овальне – особливих проблем у виборі немає; кругле обличчя – вимагає каре класичного чи романтичного стилю; квадратне – не треба відкривати лоб, краще прикривати його пасмом волосся. Пофарбоване в темний колір волосся додає зовнішності більшої суворості, а світловолосі жінки здаються молодшими.

На уявлення про жіночу красу великий вплив має мода та косметичні засоби, які допомагають жінці виглядати бадьорою, рішучою, впевненою у собі. Слово «косметика» грецького походження і означає мистецтво прикрашати. Уже в античні часи рабині у відведених для цього приміщеннях робили масаж, компреси, маски для обличчя. Стародавні греки вважали красу складовою частиною доброго здоров’я й використовували різні ароматичні есенції, білила, рум’яна, кармін, мазі тощо. У стародавніх єгиптянок було прийнято чорнити повіки, надаючи їм продовгуватої форми й накладати зелені тіні навколо очей.

На Русі ідеалом краси здавна вважалися статурні жінки з білою шкірою і яскравим рум'янцем.

Сьогодні косметичні засоби на діловій жінці повинні бути ледве помітними. Краща косметика для ділової жінки та, яку ніхто не помічає. Тут головний принцип: мінімум туші для вій, не занадто яскраві тіні й помада. Макіяж повинен гармоніювати з кольором волосся, розміром та кольором очей, формою обличчя. Макіяж – це декоративна косметика, тактичне призначення якої – надати обличчю естетичність і привабливість. Ось чого не треба забувати, користуючись макіяжем. Щоб зробити гарний макіяж, потрібні три умови: набір дорогої косметики («Шанель», «Ревлон», «Ланком», «Мері Кей», «Буржуа», «Ів Роше»), що відповідає кольору обличчя і зовнішньому вигляду, впевнена рука, потрібні засоби та приналежності. Використовуючи поради візажиста, можна набути досвід вмілого використання косметики як жінкам, так і чоловікам. Вміле використання макіяжу дозволяє не тільки збільшити розміри губ або очей, але й приховати можливі дефекти шкіри, зробити більш привабливим свій особистий імідж.

Макіяж повинен бути модним, але помірним, підкреслювати достоїнства і підходити до вашого кольоротипу. Також він повинний гармоніювати з усім костюмом. Дослідження свідчать, що зараз не допускається відсутність макіяжу в ділової жінки, тому що макіяж – це своєрідна імітація свого здоров'я, а отже, демонстрація своєї доцільності. Акуратний, правильно накладений макіяж свідчить про те, що жінка стежить за собою та їй не байдужа думка інших. Треба зазначити також, що професійно накладений макіяж підкреслює кольорову гамму вбрання.

Уже в Стародавньому Єгипті догляд за нігтями та їх фарбування були традицією. Фараон Нармер (3,5 тис. років до н. е.) полюбляв фарбувати нігті хною. Давні китайці застосовували з цією метою золото й срібло, а от червоним і чорним кольорами могли користуватися лише імператори. Жінки Сходу в XVII ст. вводили собі під нігті кольорові мінеральні барвники, щоб у них виростали «підфарбовані» нігті. в Європі манікюр став популярним завдяки французькому королю Луї-Філіппу (1830 р.). Йому вже тоді регулярно обробляли нігті, наносячи лак, що імітував поверхню здорового нігтя.

І сьогодні добре виконаний манікюр підкоряє оточуючих своєю витонченістю, красою рук, вишуканою простотою, благородством, природністю ліній та кольоровою гаммою. Сучасні технології дозволяють жінці з ламкою нігтьовою пластиною нарощувати нігті за допомогою спеціаліста з манікюру з використанням відповідних матеріалів (гель, акріл). Для образу ділової жінки краще обирати лак у пастельній гаммі, що відповідає кольору помади, макіяжу й одягу, також на сьогодні дуже актуальний в діловому стилі жінки французький манікюр (френч).

Будь-який образ вважається завершеним тоді, коли він містить витончений аромат.

Про вплив запаху на психологічний та фізичний стан люди знають із давніх часів. Достовірні відомості про те, що люди навчилися виділяти запашні

речовини з рослин, належать до V тисячоліття до н. е. Так, на глиняній табличці, знайденій в Шумері, згадуються мирт, чебрець, смола дерев й описано способи їх використання. Курильні свічі й кадила здавна використовувалися у храмах Індії та Єгипту. Єгипетські фараони не раз воювали за ефірні масла та пахощі. Недарма в Корані записано: «Парфуми – це їжа, що пробуджує дух, а дух – це верблюд, на якому їде людина».

Більшість народів й досі використовують цілющу силу ефірних масел, їхні аромати можуть відновити ауру, допомогти зняти неврівноваженість, перевтому, підвищити працездатність.

Користуватися парфумами треба дуже обережно: багато людей мають занадто високу чутливість до запахів. Запах парфумів не повинен відчуватися далі, ніж на 45 см.

Різниця між парфумами, туалетною та парфумованою водою, зважаючи на міжнародні стандарти, полягає в такому:

– парфуми (*Perfume*) – 20–30ароматичних речовин. Тримаються 6–8 годин, краще використовувати ввечері, в урочистій та інтимній обстановці;

– парфумована вода (*Eua de Perfume*) – 8–12ароматичних речовин. Краще використовувати в денний час, аромат зберігається 4–5 годин;

туалетна вода (*Eua de toilette*) – 5–8ароматичних речовин, зберігає аромат 2–3 години, створює ненав’язливу ауру.

Сучасні ділові жінки віддають перевагу дорогим французьким парфумам. Підвищенню іміджу жінки-керівника сприяють ледве відчутні шлейфові аромати. Купуючи парфуми, недостатньо просто оцінити їх аромат сам по собі. Потрібно перевірити, як він поєднується із запахом шкіри, для чого треба капнути парфуми на руку, трохи розтерти і тільки потім оцінити аромат. Дослідивши імідж ділової жінки, ми дійшли висновку, що головне в культурі її одягу не ультрамодність і помітність, а почуття міри, елегантність, смак і доцільність, що підкреслюють ділові якості.

Імідж ділової людини визначають її зовнішній вигляд (від одягу до аксесуарів), постава й хода, культура мовлення, ввічливість, пунктуальність.

Привабливий зовнішній вигляд – це поєднання багатьох компонентів: колір обличчя, доглянута шкіра, акуратна зачіска, макіяж і одяг. Одна неправильно підібрана деталь може зіпсувати все враження. Але визначальним фактором є одяг.

Діловий стиль – це стиль щоденний. Одяг у діловому стилі повинен бути функціональний й у той самий час елегантний, що підкреслює ділові якості. Жінку, одягнену в діловому стилі, відзначають діловитість, енергійність, рішучість, впевненість у собі, акуратність і працездатність.

Вибираючи одяг, ділова жінка повинна дотримувати визначеної «ділової палітри» відтінків, уникаючи при цьому занадто яскравих кольорів. Не треба носити одяг, що надмірно облягає фігуру і підкреслює сексуальність (міні, декольте). Спідниця повинна бути ледь вище коліна, силует – напівприлягаючий. Також не можна будь-які романтичні зборки, волани й рюші, що знижують рейтинг ділових якостей.

Ділова жінка може вносити у свій костюм елементи жіночності, романтики (шарф, хустинка, зав’язана на шиї), що підкреслюють її індивідуальність, неповторність.

Варто відмовитися від завитого, розпущеного довгого волосся і пам’ятати про сивину.

Для ділової жінки дуже важливо пам’ятати про свою зовнішність, про те, як вона одягнена. Тому що одяг – один з факторів престижу, спосіб довести свою значущість у діловому світі.

Умінню накладати макіяж краще спеціально навчитися. Головне тут – відчуття міри і вибір свого стилю, який незалежно від моди допоможе виглядати елегантно. Денний макіяж повинен бути помірним, особливо у спекотні літні дні – шар тіней для вік, тонального крему і пудри повинен бути гранично тонким, а туш – вологостійка, щоб не з’являлися під нижніми повіками «зрадницькі» чорні смуги. Надзвичайно широкий діапазон губної помади дозволяє вибрати ту, що підійде вам якнайбільше як за кольором, так і за якістю, при цьому вся кольорова гамма декоративної косметики повинна бути підібрана в тон, поєднуватися з костюмом, інакше може вийти карикатурний образ. Вечірній макіяж звичайно буває яскравішим і навіть фантазійним – усе це залежить від віку. Для макіяжу є тільки одне призначення: він покликаний допомогти вам показати вашу природну красу. Він повинен підкреслити ваші достоїнства і злегка затушувати недоліки. Ваш макіяж не повинен привертати до себе уваги і відповідати кольору вашої шкіри, волосся, очей, зрештою має відрекомендувати вас найкращим чином. Оточуючі не повинні звертати увагу спочатку на зухвалий, яскравий грим і лише потім на вас. Якщо люди роздивляються ваш макіяж, отже, він надмірний. Багато жінок відвідують салони краси і виходять звідти несхожими на себе. Очевидно, не варто робити цього, якщо на вас звернута пильна увага громадськості. Макіяж не може перетворити вас на іншу людину, він змінює вас тільки на короткий час.