

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6  
Кафедра соціології та психології*

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

навчальної дисципліни «Теорія та практика іміджеології»  
вибіркових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*053 Психологія (практична психологія)*

**Тема № 4** *Особливості створення ділового іміджу.*

**Харків 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 30.08.2023 №7

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою факультету № 6  
Протокол від 25.08.2023 №7

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та соціально-  
економічних дисциплін  
Протокол від 29.08.2023 №7

Розглянуто на засіданні кафедри соціології та психології (протокол від 15.08.2023 №8).

**Розробник:**

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат психологічних наук  
Пономаренко Я.С.

**Рецензенти:**

1. Професор кафедри юридичної психології Національної академії внутрішніх справ, доктор юридичних наук, професор Охріменко І.М.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Греса Н.В.

### **План лекції.**

1. Стратегії управління особистісним іміджем
2. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу
3. Імідж ділового чоловіка у сучасному світі.
4. Імідж ділової жінки у сучасному світі.

### **Рекомендована література**

#### **Основна:**

1. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. За наук. ред. В. М. Бебика. К.: Університет «Україна», 2018. 217 с.
2. Бондаренко І.С. Іміджологія: Психологія іміджу: Навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с.
3. Палеха Ю.І. Іміджологія: навчальний посібник. К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2004. 324 с.
4. Хавкіна Л. М. Іміджологія: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 88 с.

#### **Допоміжна:**

5. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ: Ін-т громад, суспільства, 2011. 70 с.
6. Гриценко Т. Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. Навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.

### **Інформаційні ресурси в Інтернеті:**

7. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
8. Електронна бібліотека Наукова періодика України <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

### **Текст лекції.**

#### **1. Стратегії управління особистісним іміджем**

Для представників професій, безпосередньо пов'язаних із масовою комунікацією, ефективний імідж стає одним із найважливіших складових частин успіху.

Професійним іміджем можна і потрібно управляти. У свою чергу, управління припускає стимулювання зміни іміджу відповідно до особистих і професійних цілей. У цьому розділі розглядаються стратегії, методи і техніки управління особистим іміджем.

Управління особистим іміджем здійснюється у три етапи:

1. проектування бажаного іміджу з урахуванням особистісних цілей і особливостей іміджевої аудиторії;
2. реалізація бажаного іміджу в діяльності й житті;
3. отримання зворотного зв'язку, корегування і подальший розвиток іміджу.

Проектування іміджу означає створення особистої концепції та містить 3 елементи:

- формулювання іміджевих цілей та іміджевої стратегії;
- опис імідж-портрета (змістовної характеристики бажаного образу);
- вибір каналів і засобів просування особистісного іміджу.

Проектування іміджу починається з уточнення іміджевих цілей. Останні впливають з особистих пріоритетів і цінностей.

Оточуючі хочуть знати, у що ми віримо і до чого прагнемо. При цьому люди звертають увагу, перш за все, на наші вчинки й реальні, а не на словесні заяви. У цьому разі важливо, щоб наші слова й справи не розходилися. По-друге, щоб ми були послідовні та досить постійні. По-третє, щоб ми самі розуміли, чого хочемо від життя, від себе і від інших людей.

У наш час повагою користуються ті, хто:

- добре знає, чого хоче;
- ясно висловлює свої бажання і цілі при взаємодії з іншими людьми;
- наполегливо йде до досягнення своєї мети;
- створює себе сам, досягаючи успіху завдяки власним заслугам і зусиллям.

Людей, яким притаманні такі якості, називають цільними, цілеспрямованими, діловими.

Далі можна здійснити вибір власної іміджевої стратегії. Тут під стратегією мається на увазі напрям і найбільш конкретні орієнтири в побудові іміджу.

Як зазначає О. Змановська, в управлінні особистим іміджем виразно простежуються три основні стратегії:

- стратегія універсального іміджу (сформованого на основі соціальних стереотипів і колективних образів);
- стратегія цільового іміджу (орієнтованого на конкретну іміджеву аудиторію);
- стратегія креативного вибуху (що відкидає стереотипи та звичні зразки).

**Перша стратегія** полягає у створенні масового іміджу, тобто образу, орієнтованого одночасно на різні соціальні групи. Загальну мету універсального іміджу можна визначити як досягнення популярності й масового визнання. Це важливо в роботі політика, артиста, телеведучого, а також керівника великої корпорації.

Найнадійнішим способом реалізації масового іміджу є максимальне втілення в ньому загальнолюдських цінностей: здоров'я, любові, створення сім'ї, аналізу творчості. Універсальний імідж спирається на такі позитивні якості особи, як: духовність, гуманізм, мужність, працьовитість, патріотизм,

добročинність. Отже, особа, яка прагне завоювати загальний авторитет, повинна пропагувати загальнолюдські цінності, спиратися на них у власній поведінці та найголовніше, щиро їх поділяти.

**Друга стратегія** — побудова цільового іміджу. Такий публічний образ орієнтований на конкретну соціальну групу і більш прив'язаний до її характеристики. Цільовий імідж не ставить завдання «сподобатися всім», а орієнтується відповідно до особливостей і очікувань певної аудиторії (вузькопрофільній, дитячій, молодіжній, інтелектуальній тощо). У цьому разі неможливо дати загальні рекомендації, яким бути іміджу, оскільки він визначається перевагами конкретної спільноти, навіть якщо ці установки не збігаються з цінностями інших соціальних груп.

Стратегія цільового іміджу отримала широке розповсюдження в різних галузях сучасного життя, особливо він виявив себе в рекламі товарів і послуг.

Отже, стратегія цільового іміджу припускає спеціально організовану діяльність, успіх якої залежить від того, наскільки ми розуміємо очікування інших людей і відповідаємо їхнім потребам.

**Третю стратегію** О. Змановська пропонує розглядати під назвою «розрив звичних стереотипів» або «креативний вибух». Вона націлена на самореалізацію та побудову оригінального іміджу, що різко дисонує на фоні звичних образів. Оригінальний імідж не прагне йти назустріч очікуванням людей, навпаки, він спростовує будь-які правила й закони. Такий шлях вважається кращим способом привернути до себе увагу людей і запам'ятатися надовго.

У той самий час оригінальний імідж викликає амбівалентні відчуття, а нерідко неприйняття. Він вважається виправданим, перш за все, у творчому середовищі: у науці, шоу-індустрії, мистецтві, у той самий час образ людини, яка здатна ро% зірвати звичні уявлення і стереотипи, володіє силою магічної дії. Серед таких харизматичних фігур — Леонардо та Вінчі, Джордано Бруно, Жанна д'Арк, Петро Перший, Катерина Друга, Зігмунд Фрейд, Федір Достоєвський, Альберт Ейнштейн, Сальвадор Далі, Іван Мазепа.

Люди неохоче сприймають нове й поволі змінюють свої погляди. Першовідкривачі повинні мати достатньо мужності та терпіння для того, щоб довести своє право на визнання.

Варто зазначити, що креативний імідж вимагає від свого прототипу великої сміливості. Час перемагає консерватизм, до того ж у людей є така прихована особливість, як жадоба нових вражень і бажання руйнувати звичний хід подій.

## 2. Технології створення габітарного (зовнішнього) іміджу

«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 гудзиків 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 неварто. 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 гудзиків 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 посиляють 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 статури, 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 Гот'є, 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, 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.

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 по% рядність, 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 одягнути% ся 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 непривабливі 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 голубиноного 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 жару. 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 вибрати 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. Імідж ділового чоловіка у сучасному світі**

Щоб дослідити імідж ділового чоловіка в сучасному світі, з'ясуємо складові частини цієї комплексної теми: види одягу і взуття для ділового чоловіка, співвідношення кольорів у чоловічому одязі, індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка. Почнемо з огляду у цьому розділі сучасних підходів до визначення іміджу ділового чоловіка.

Бути чоловіком традиційно означає боротися за виживання в цьому суворому світі, відстоювати свою незалежність, постійно тримати себе в руках, уміти конкурувати з іншими, бути сильним і непереможним. Усе це потребує чималої напруги, оскільки самоімідж чоловіка прямо залежить від його досягнень.

Життя чоловіка в сучасному суспільстві здебільшого обумовлене стереотипами, що сформувалися протягом століть.

Чоловіками рухають звички, що передаються з покоління в покоління і закріплюються батьками та суспільством, у тому числі звичка підбирати собі одяг.

Розвиток ділового стилю в чоловічому одязі швидше подібний до спокійної річки, ніж до бурхливого потоку. Чоловік завжди повинен виглядати солідним і впевненим у собі, діловим і привабливим, порядним, вишуканим і елегантним, викликати довіру.

Практика ділового спілкування свідчить, що зі смаком одягнена людина успішніше веде справи, ніж та, що одягається «аби як». Треба пам'ятати: костюм — це не щось на людині, це — сама особистість. Мистецтво поєднання елементів одягу, як зазначав визнаний спеціаліст Дж. Т. Моллой, завжди має поєднувати колір, лінію, фактуру, стиль, може зробити людину невиразною або зухвало крикливою.

Існує безліч стилів, але не всі вони будуть пасувати чоловікові для створення свого, неповторного іміджу. Думка складається з безлічі дрібниць, тому чоловік повинен завжди залишатися на висоті, не забуваючи, що кожен його крок може стати вирішальним.

Імідж — це перший крок до успішної кар'єри. Від одягу залежить перше враження про людину. Адже «організований гардероб» свідчить про організованість його хазяїна і ступеня його надійності. Особливо це актуально для ділових чоловіків. Основу ділового іміджу в сучасному варіанті складає своєрідний синтез двох епох. З того часу, який зараз дійсно можна назвати класичним, образ ділового чоловіка здобув непорушне моральне підґрунтя і якість, що належать до розряду непорушних цінностей. Основна риса ділового чоловіка, яку вирізняли за всіх часів, — уміння тримати будь-яку ситуацію під контролем, спокійна впевненість у собі.

Ґрунтуючись на цих рисах, створюється не тільки стиль одягу, а й модель поведінки ділової людини. Постійні супутники впевненості — це чесність і принциповість. Для ділової людини вони мають набагато більше значення, ніж може здатися на перший погляд. Це залежить від того, що основний капітал чоловіка не його банківський рахунок, а його ім'я та репутація.

Зовнішній вигляд ділового чоловіка є не менш потрібний, ніж зовнішній вигляд ділової жінки. Діловий стиль важливий для вдалого просування по службі. А цей стиль вимагає класичного чоловічого костюма.

Діловому чоловіку підходить тільки класичний стиль, що характеризується строгістю, консерватизмом і переважанням холодних і темних тонів. Незважаючи на те, що в наш час мода дуже демократична, класичний стиль зазнав, мабуть, найменших змін і зберіг свої позитивні основні риси.

### **Види одягу й взуття для ділового чоловіка**

Основний компонент класичного стилю для чоловіка — це костюм строгого покрою з мінімумом декоративних деталей. Найбільш поширені два види чоловічих костюмів — це так звані:

- двійки, що складаються з піджака й брюк;
- трійки, що складаються з піджака, брюк і жилета. Подібні костюми ідеально підійдуть для повсякденної діяльності — ділових зустрічей і нарад в офіційній обстановці.

Форма костюма — найкраща характеристика людини, це своєрідний ієрогліф, що відображає особистість з усіма звичками і якостями. Естетика костюма має не менше значення в житті людини, ніж естетика її поведінки.

Піджак повинен бути ідеально підігнаний по фігурі, довжина рукава повинна доходити до основи великого пальця, комір у класичного піджака обов'язково «англійський». Такий піджак може бути одно-і двобортним, тобто гудзики на ньому можуть бути як з одного боку, так і з обох.

Костюм ділового чоловіка обов'язково повинен бути строгим, щоб тим самим демонструвати серйозне ставлення людини до справи. Однак можна дозволити більш радикальний крій. Комір піджака може бути трохи більш відкритим, а лацкани — більш рельєфної форми, ніж у традиційному класичному піджаку.

Стиль вимагає, щоб усі деталі костюма були витримані в одній кольоровій гаммі: піджак, брюки й жилет повинні бути одного кольору і з однакового матеріалу або матеріалів однієї фактури.

Класичний костюм позиціонує солідність, елегантність і серйозність. Діловий костюм будується на прямих вертикальних лініях. Він досить консервативний, головна риса — це строгість, покрій повинен бути якнайбільше наближеним до силуету фігури. Вибір фасону (однобортний або двобортний тощо) залежить від смаку і того, на скільки він підходить фігурі. Правильно підібраний костюм може приховати недоліки фігури і підкреслити її достоїнства.

Головний принцип — костюм повинен підходити за розміром і бути добре «підігнаним» по фігурі.

Брюки повинні бути обов'язково прямого покрою і такої довжини, щоб на черевиках вони спускалися невеликою складкою. Кілька складок на брюках класичного покрою робиться й у поясі. Однієї з рис костюма успішного ділового чоловіка є ідеально відпрасовані брюки з рівними стрілочками по центру кожної колоші.

За офіційних обставин піджак повинен бути застібнутий. У такому вигляді входять до кабінету керівника, на нараду, сидять у президії чи виступають із доповіддю. Такий самий вигляд повинен бути, коли чоловік заходить до

ресторану, на діловий прийом, до глядацької зали театру. При цьому нижній гудзик піджака може бути розстібнутий. Розстебнути гудзики піджака можна за столом або сидячи у кріслі.

Тканини традиційні для чоловічого костюма, але обов'язково якісні й такі, що не занадто мнуться.

Найкраще мати справу з натуральними тканинами: зшитий з них костюм хоча й дещо дорожчий, проте й престижніший. Для повсякденного одягу більш за все пасують малюнки, які складаються з прямих ліній — клітинки та смуги. Малюнок тканини, що має м'які форми, наприклад, у горошок або з квітковим візерунком, вважається скоріше жіночим, але якщо тканину з таким малюнком використовувати для краватки, вона може «пом'якшити» суворий костюм.

Улітку костюми прийнято носити більш світлих тонів, ніж узимку.

Для чоловічого костюма краще підійде тканина, що складається на 100% з вовни (особливо вовняний габардин). Купуючи костюм потрібно обов'язково пом'яти тканину в руці, щоб визначити, наскільки вона мнеться. На денній нараді костюм повинен бути таким же випрасуваним, як і вранці, коли ви його тільки що одягли.

В ансамблі чоловічого костюма велику роль відіграє сорочка. Дуже важливо, щоб вона гармоніювала з костюмом. Сорочка повинна бути з тканини гарної якості. Частіше сорочки однотонні, але допускається і дрібна, ледве помітна смужка або клітинка. Потрібно, щоб колір і малюнок сорочки сполучилися з кольором і малюнком на тканині костюма. До однотонної сорочки підійдуть костюми з малюнком, до сорочки у смужку або клітинку — однотонні, спокійні кольори.

На прийоми всіх видів рекомендовано одягати білу сорочку з краваткою будь-якого кольору, але не дуже яскравого. В інших випадках колір сорочки повинен гармоніювати з кольором костюма. Строката сорочка не підходить до костюма з візерунками, не прийнято також одягати сорочку у смужку з костюмом у клітинку, і навпаки. Взагалі ж чоловіки мають кращий вигляд у тих сорочках, що пасують до кольору їхнього обличчя. Сорочка спортивного типу застібається під горлом.

Головне у виборі сорочки — це строгість і елегантність. Коміречко повинен бути не занадто маленьким, але й не занадто великим. Не допускаються сорочки з короткими рукавами.

Сорочки класичного стилю виготовляються з тонких, високоякісних тканин: це може бути бавовна («щоденний» варіант) або шовк («святковий» варіант). Не варто надягати під класичний костюм сорочки з трикотажних, вовняних та інших щільних тканин. Для ділового костюма краще підбирати сорочку з номером коміра на розмір більше, щоб без проблем можна було носити краватку. Манжети сорочки повинні виступати з-під рукава на ширину одного-двох пальців.

Краватка — це основна прикраса чоловічого костюма. Це головний показник смаку і статусу чоловіка. Придивившись до краватки, можна

безпомилково оцінити смак її власника. Елегантний костюм, можливо, й залишиться непоміченим, гарна краватка — ніколи. Вибір кольору й малюнка дозволяє продемонструвати індивідуальність, а інколи і настрій чоловіка.

У гардеробі елегантного чоловіка повинно бути не менш десяти краваток. Для краватки важлива ширина. Оптимальна довжина краватки повинно бути такою, щоб у зав'язаному вигляді вона сягала до паска брюк. Ширина краватки повинна відповідати ширині лацканів піджака.

Ширина і довжина краватки залежить від моди і від комплекції чоловіка. Великим чоловікам не треба носити вузькі і короткі краватки і, навпаки, невеликим пов'язувати широкі краватки, це виглядає некрасиво.

Колір цього невід'ємного аксесуара ділового чоловіка має прямо залежати від кольору сорочки і загалом усього костюма. При виборі краватки варто пам'ятати два правила:

1) або краватка вибирається одного кольору з костюмом, але світлішого або темнішого тону, унаслідок чого колір краватки і костюма будуть доповнювати один одного;

2) або костюм і краватка повинні бути контрастні, але цей контраст повинен бути єдиним у вашому туалеті.

Кольори краваток бажано обирати близькі до кольору костюма, але більш насичені — відповідно сіро-перлині, синьо-червоні, темно-бордові. Бажано мати графічний малюнок краватки. До того ж, ця гамма кольорів не буде відволікати співрозмовників, налаштовуватиме їх на «ділову хвилю». Зовнішній вигляд людини, якій личить вміло підібрана краватка, завжди підкреслюватиме повагу до того, з ким вона має справу.

Вибір більш яскравої краватки з авангардним малюнком буде створювати функціональну роль емоційного тиску на співрозмовника. При цьому краватка і носовичок, кінчик якого видно із нагрудної кишені, повинні бути однаковими за кольором.

До темного вечірнього костюма найкраще пасуватиме шовкова краватка. Синтетичну краватку носять переважно зі шкіряним піджаком. Вовняна плетена краватка більше підходить до спортивного одягу. Краватка з бавовняної тканини доречна влітку. Краватки з льону також гарні, але вони швидко втрачають вигляд; віскозні теж швидко втрачають форму і виглядають потім просто жалюгідно.

Краватка-метелик може стати ефектним аксесуаром особливо для чоловіків із привабливою зовнішністю, яскравою індивідуальністю. Вона може бути незмінним атрибутом ділового іміджу. Білу краватку-метелик одягають з гарним фракком на вечірні прийоми.

Вибір кольору краваток дає можливість скласти принаймні поверхове враження про їхнього власника. Так, яскраво-червоні краватки видають експресивність власників, деяку непослідовність. Співвідношення яскраво-червоного кольору з жовтим — розкутість, наполегливість у відстоюванні власної точки зору. Червоний малюнок на темному тлі має свідчити про



впевненість у собі, цілеспрямованість. Сині, темно-коричневі кольори з червоним та трішки смарагдового свідчать про доброзичливість, готовність зрозуміти партнера. Сіро-перламутрові кольори в поєднанні з жовтим можуть вказувати на обачність. Блакитні краватки засвідчують спокійний характер їх власників. Чорна плетена шкіряна краватка, яка, до речі, сьогодні вже мало використовується, вказує на бажання її власника бути елегантним та привабливим.

Підбираючи краватку, варто пам'ятати про власні габарити. Чим більшого розміру людина, тим більшою повинна бути краватка. Краватка ніколи не повинна бути світліша за сорочку. На престижних краватках шов на 5–6 см не доходить до краю. Особливий шик — ниточка з вузликом, що стирчить зі зворотного боку. Краватка повинна бути завжди ретельно зав'язана.

Основні критерії, що дозволяють розібратися у краватках:

- малюнок повинен рівномірно розподілятися по всій довжині краватки;
- нитки тканини повинні розміщуватися не вертикально або горизонтально до осі краватки, а під кутом 45°.

Шкарпетки кращі темні, тонкі й гладенькі, вони повинні бути довгими і добре триматися на нозі. Колір шкарпеток раніше підбирали так, щоб він поєднувався з кольором краватки. Зараз же колір чоловічих шкарпеток повинен відповідати кольору костюма. В ідеалі він повинен бути дещо темніший за колір костюма, але трохи світліший за колір взуття. Шкарпетки повинні бути досить довгими, щоб прикривати гомілки, коли підіймаєтеся сходами або кладете ногу на ногу.

Здавна саме лише наявність взуття наділяла людину певним статусом, на відміну від тих, які були босоніж. Підбори на взутті також мали певне призначення — надійно закріплювати ноги у стременах. Коли їхній власник прогулювався пішки, було видно, що ця людина багата і може тримати коня, а отже, має певний статус.

Великі вимоги класичний стиль висуває й до взуття чоловіка. Взуття — один з важливих елементів чоловічого костюма. Саме воно додає закінченості усьому зовнішньому виглядові чоловіка. До ділового стилю підійдуть класичні черевики або туфлі на тонкій підошві зі шнурками або на пряжці, однотонні, без помітних елементів, із натуральної шкіри.

Взуття класичного стилю вирізняється строгістю, однотонністю і відсутністю прикрас. Не дозволені великі блискучі пряжки, металеві або пластикові кольорові вставки. Взуття потрібно підбирати під колір костюма — або того ж тону, або на тон темніше.

Взуття передусім повинно відповідати вимогам моди, бути зручним, бажано з натуральної шкіри.

Із діловими костюмами треба носити взуття чорного або темно-коричневого кольорів. Перевагу треба надавати чорному взуттю, оскільки воно пасує до костюма будь-якого кольору. Коричневе взуття не пасує до темного

костюма. Влітку до не% темного костюма можна взувати світле взуття. Лаковані черевики треба надівати тільки до смокінга або фракa.

### **Поєднання кольорів у чоловічому одязі**

Ще Оноре де Бальзак відзначив, що «...надмір кольорів в одязі свідчить про поганий смак». Через це дуже важливо знайти правильне поєднання кольорів.

Є чимало чоловіків, які вперто не надають значення своєму одягу. Їхній зовнішній вигляд не викликає бажання спілкуватися. Сократ звертався до своєї дружини, яка збиралась на похорон, словами: «Ти йдеш не для того, щоб подивитися, а для того, щоб дивилися на тебе».

Основна проблема — добір кольорової гама ділового костюма. Від того, на скільки правильно підібрані тони всіх елементів чоловічого костюма і на скільки вони відповідають зовнішності залежить чимало. Головне правило в підборі кольору: усі складові частини (компоненти) костюма ділового чоловіка повинні поєднуватися за кольоровою гаммою і малюнком.

Вміло підібравши одяг, можна привернути увагу до достоїнств і приховати недоліки фігури, підкреслити індивідуальні особливості зовнішності та характеру, зробити одяг продовженням і окрасою індивідуальності.

Діловий чоловік часто не знає, де він буде вдень, а де — ввечері. Тому, якщо неможливо мати при собі пару костюмів, краще одягти темно-сірий костюм, світло-сіру сорочку та краватку з простим зеленуватим чи блакитним малюнком. Або наприклад: той самий костюм, але світло-сіру сорочку з однотонною краваткою темно-блакитного кольору. Можна також додати жилет, золоту шпильку для краватки та більш яскраву хусточку в нагрудній кишені костюма.

Костюм повинен бути непомітного, неяскравого кольору й неодмінно підходити до кольоротипу. Малюнок допускається, але він не повинен бути яскравих, контрастних відтінків. Вибір малюнка для ділового костюма досить обмежений — це дрібна клітинка, вузька вертикальна смужка.

Світловолосим і синьооким чоловікам краще підходять холодні сіро-голубі кольори, темнооким брюнетам — жовтуватого-коричневі.

Високим і худорлявим чоловікам рекомендується носити піджак з більшою кількістю гудзиків. Двобортний піджак, який застібається на два гудзики і має ще зверху два декоративні, робить чоловіка ніби ширшим у плечах. Однобортний піджак на високому і худорлявому чоловікові повинен застібатися хоча б на три гудзики.

Досить високому чоловікові можна не боятися носити одяг у велику клітинку чи з яскравими візерунками. Високим, струнким пасує одяг з ворсистих тканин. Повна фігура вимагає обачності у виборі матеріалу. У цьому разі більш прийнятні гладенькі тканини неяскравих тонів і з малюнком у вузьку смужку, розташованим вертикально.

Чоловік, який має зайву вагу, повинен уникати світлих (пастельних) тонів: вони мають властивість візуально збільшувати фігуру; якщо все ж таки світлий

— обов'язково теплий тон (слонова кістка); чорний колір особливо урочистий: він найбільше підходить білявим людям зі свіжою шкірою, вдало поєднується з білим, жовтим, червоним; у зрілому віці краще уникати контрастів; коричневий колір гарно виглядає у вовняних тканинах. Відтінки «шоколадний» та типу «каштан» личать світлій шкірі; синій колір доречний завжди, особливо з королем кольорів — білим. Високим та струнким чоловікам пасує трійка з ворсистої тканини, а для повних — краще малюнок у вузьку смугу, що розташована вертикально.

Високим чоловікам не треба носити дуже довгі піджаки, костюми у виразну вертикальну смужку, а також їм не підходять дуже широкі брюки.

Повним чоловікам невисокого зросту треба дотримуватися протилежних правил. Піджак повинен бути застебнутий тільки на один гудзик. Брюки повинні бути не дуже широкі. Вертикальна смужка на одязі робить чоловіка візуально вищим. Чоловіку із круглим обличчям личить високий капелюх, високому — низький із вузькими полями.

Відповідно до кольору костюма підбирається і сорочка. Для сірих, світло-блакитних, синього костюмів підходять сорочки білих, світло-блакитного, сірого кольору. Якщо костюм однотонний, сорочка може бути у дрібну смужку або малопомітну клітинку. Якщо костюм бежевий, коричневий або теракотовий, до нього найкраще підібрати білу або бежеву сорочку. Сполучення чорного костюма і білої сорочки вважається класичним і є як святковим, так і повсякденним ансамблем. Основна умова класичного стилю в одязі — сорочка повинна бути на тон світлішою за піджак.

Сорочка не повинна бути темніша від найтемнішої нитки піджака. У діловому світі використовується традиційно біла або світла сорочка (блакитна, бежева, у смужку або клітинку тощо). Краватка ретельно добирається по кольору до сорочки і загалом до всього костюма. Універсальними кольорами для краватки вважається рожевий та бордовий. Чорна краватка вдягається тільки під час жалоби або коли це форма одягу.

Небажано, якщо в кольоровій гаммі костюма більше трьох кольорів. Існує кілька традиційних сполучень. Якщо костюм чорний, то з ним поєднується сорочка, краватка й аксесуари майже всіх кольорів (переважно світлі тони). Складніше з іншими кольорами. Якщо костюм коричневого кольору, інші елементи повинні бути бежевого, пісочного, ясно-жовтого, сірого кольорів. До синього костюма підійдуть білі, блакитні, темно-сірі, бузкові супутні елементи одягу й аксесуари, а для зеленого — коричневі, бежеві, світло-блакитні. До сірого костюма — деталі чорного, блакитного, фіолетового і ясно-зеленого кольорів. До костюмів темних кольорів пасуватимуть винятково чорні або принаймні темно-коричневі туфлі. До костюмів зі світ% лих тканин підбирається взуття, що поєднується з кольором костюма. Для темного костюма — черевики чорного кольору, для костюмів коричневих тонів — черевики такого ж відтінку.

**Індивідуальність аксесуарів та зовнішнього вигляду чоловіка**

Чоловіча елегантність — це не тільки питання інтуїції. Варто засвоїти деякі непорушні істини. Найважливіша з них: одяг і аксесуари повинні відповідати місцю і часу.

Дуже важливий аксесуар для ділового чоловіка — годинник. Годинник — це єдина прикраса, що може собі дозволити діловий чоловік, тому він повинен бути красивим, елегантним, у класичному стилі. Інші прикраси (різні ланцюжки, перстні) недоречні.

У моді класика — механічний годинник у багатому і разом з тим сучасному оформленні. До сірого костюма для роботи більше підійдуть годинник, запонки й інші аксесуари-прикраси в спокійному стилі, наприклад, з тьмяного металу, з каменями, а також краватка і носовичок із тканини спокійних відтінків.

Ювелірні вироби також треба вибирати обережно. Не рекомендується одночасно одягати прикраси з різних металів — із золота та срібла.

Із прикрас ділові чоловіки інколи носять перстень (обручку або печатку), запонки і шпильки для краватки. Обручку чоловіки надівають здебільшого на прохання дружин, які хотіли б зменшити потенційну загрозу з боку інших представниць кращої статі, або ж, щоб бути таким, як усі. Для деяких чоловіків обручка залишається символом подружньої вірності.

У ділового чоловіка повинна бути гарна коротка стрижка, що підходить до типу обличчя, віку, стану волосся. Головна вимога до зачіски ділового чоловіка — акуратність і компактність. Довге волосся так само, як і пишна шапка дрібних кучерів, не відповідають іміджу успішного бізнесмена. Про організованість, зібраність людини часто судять за станом волосся. Буйну чуприну може дозволити собі лише представник артистичних інтелектуальних кіл. Це стосується й бороди. Проте невелика борідка, вуса можуть бути і у великих фінансистів, представників вищих ділових кіл. Ніяких негласних заборон тут не існує — лише б рослинність на обличчі була ретельно доглянута. Але все-таки фахівці з ділового етикету радять ретельно голити обличчя. Брюнетам — і зранку, і ввечері, якщо доведеться брати участь у вечірньому прийомі.

Неприпустима в діловому світі й щетина, навіть одноденна. Борода небажана, але якщо вона є, то потрібно доглядати за нею щодня: підстригати, голити, мити шампунем.

Що ж до парфумерів, то тут існує одне правило: в усьому повинна бути міра «хто пахне занадто добре, той пахне погано».

Недоглянуті нігті та руки охарактеризують чоловіка як не% охайного й неакуратного. Тому необхідно стежити за тим, щоб руки були доглянутими.

Основним для позитивного іміджу ділового чоловіка є його зовнішній вигляд (зачіска, одяг, аксесуари). Тому що зовнішній вигляд — візитна картка, презентація вашої працездатності, акуратності та надійності.

Щодо зовнішнього вигляду ділового чоловіка, фахівці прийшли до загальної думки, що йому треба мати три костюми: робочий, діловий і вечірній.

Робочий костюм — це насамперед звичайний костюм (брюки й піджак), цілком припустимо у вільному стилі цей костюм носити з джемпером, пуловером, светром під горло, але не з коміром, оскільки це буде вже светр для лиж. У класичному стилі це можуть бути брюки і шкіряний піджак, добре зшита куртка, але в усіх перерахованих випадках неодмінна умова — сорочка і краватка. Ділова людина не повинна приходити на роботу без краватки, якщо вона не в сорочці особливого крою, де краватка не потрібна. Краватку не носять із «водолазкою».

Діловий костюм чоловіка — це будь-якого кольору брюки й піджак, відповідно підібрані сорочка і краватка.

Вечірній туалет ділової людини визначається модою. Головне з'ясувати таке: мода приходить і зникає, мода змінюється, але вихідний, святковий, вечірній туалет чоловіка повинен складатися неодмінно з брюк і піджака одного кольору, і неодмінна умова — біла сорочка.

Дослідивши імідж ділового чоловіка, ми дійшли висновку, що основним для його позитивного іміджу є зовнішній вигляд (зачіска, одяг, аксесуари). Імідж ділового чоловіка — це перший крок до успішної кар'єри. Чоловіки, одягнені охайно і зі смаком, завжди викликають прихильність оточуючих. Чоловіча елегантність — це не тільки питання інтуїції. Потрібно освоїти деякі непорушні істини. Найважливіше з них: одяг і аксесуари мають відповідати місцю і часу.

Зовнішній вигляд ділового чоловіка є не менш важливим, ніж зовнішній вигляд ділової жінки. Діловий стиль потрібний для вдалого просування по службі. Основні правила, які характеризують принципи хорошого тону в одязі, стверджують: одяг повинен бути бездоганно чистим, ретельно відпрасованим, акуратно пошитим. Вибір одягу залежить від способу життя, звичок, фігури, віку, кліматичних умов. Усі аксесуари повинні гармоніювати за стилем і кольором з одягом. З прикрас допускаються годинник і обручка. Діловий чоловік повинен не менш ретельно, ніж жінка, стежити за своєю зачіскою, обличчям і руками. Головне в культурі одягу ділового чоловіка — гармонійність, поєднання всіх елементів костюма і за стилістикою, і за кольором, а також почуття гарного смаку і міри.

#### **4. 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 позицінувати 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 досконалість 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, трапецієподібним. 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 позицінувати 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: твид, 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 страхом 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 (тепліх) 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 закованої 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, сірувато-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 носить, але і як показчик 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 домін ючий 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 тоною 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;

4) 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.

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 гатунку 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.

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.

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.

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 нігтевою пластиною нарощувати нігті за допомогою спеціаліста з манікюру з використанням від% повідних 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. 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 во% дою, зважаючи на міжнародні стандарти, полягає в такому:

- парфуми (Perfume) — 20–30% ароматичних речовин. Тримаються 6–8 годин, краще використовувати ввечері, в урочистій та інтимній обстановці;
- парфумована вода (Eua de Perfume) — 8–12% ароматичних речовин. Краще використовувати в денний час, аро% мат зберігається 4–5 годин;
- туалетна вода (Eua de toilette) — 5–8% ароматичних речовин, зберігає аромат 2–3 години, створює ненав'язливу ауру.

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.