**Имидж и магнетизм**

Имидж — это регулярная работа над своей внешностью, направленная на приближение жизненных планов: выдвинуться в руководители, утвердиться в коллективе, решить личные проблемы или завести знакомства. Сознательная работа над имиджем строится на трех основаниях.

Вадим Игоревич Короткий, психолог-консультант, разработчик авторских методик преподавания психологии.

Имидж — это краткий рассказ о себе. Имидж — это символ, который без слов сообщает окружающим, на какой социальной ступени мы стоим, какой профессиональной группе принадлежим, какой у нас характер, вкус, семейное положение и главное — намерения в жизни. Имидж — это всегда, с одной стороны, свертывание информации о себе, а с другой стороны — выпячивание отдельных сторон личности.

Встречается достаточное количество лиц, которые специально не заботятся о своем имидже, тем не менее, в силу собственного природного чутья, этот имидж имеют. К созданию имиджа нас толкает всевозрастающее желание «быть непохожим». Имидж призван сделать человека выделяющимся, отличающимся от окружающих. Хотя иногда приходится решать и противоположные задачи: «сливаться с местностью» и создавать ничего не выражающий имидж, как, например, психологу на консультации или частному предпринимателю перед походом в налоговую инспекцию. Если выразиться более полно, то имидж — это наша регулярная работа над своей внешностью, направленная на приближение наших жизненных планов. Окружающим, по большому счету, некогда долго разбираться с нами, они должны считать информацию в первые 20 секунд, и либо заинтересоваться, либо забыть о нас и вернуться в свое исходное состояние.

Чаще всего человек задумывается о том, как его воспринимают окружающие, когда в его жизни предстоят те или иные перемены, или когда он преднамеренно их вызывает. Например, мы заканчиваем учится и наша цель — найти работу. В этом случае студенты быстренько переодеваются из свитеров в костюмы или хотя бы приобретают папку, рубашку и галстук. Кто-то стремится выдвинуться из сотрудников в руководители, кто-то хочет утвердить себя в новом коллективе, или в старом коллективе, но в новом качестве, кто-то наконец-то отважился взять свою судьбу в руки и решить свои личные проблемы или завести знакомства, обрасти связями. Сознательная работа над имиджем в любом случае будет строиться на трех основаниях.

Во-первых, надо четко понимать ту жизненную роль, которую мы хотим исполнять, и ту жизненную цель, которую мы перед собой ставим. Так как для одной цели потребуется костюм, для другой — платье, а для третьей — платье с разрезом.

Во-вторых, надо перестать бояться себя и взглянуть правде в глаза, т. е. рассмотреть последовательно и внимательно все свои комплексы и защиты, чтобы, приближаясь к заветной цели, не оторвать слишком сильно свой внешний план от реальности, чтобы добиться признания других, а не просто их насмешить.

И в-третьих, сознательная работа над своей внешностью предполагает сознательную работу над своей личностью. Все очень хорошо знают, насколько велика роль первого впечатления для дальнейшего развития взаимоотношений. Но если за первым впечатлением ничего не стоит, то рано или поздно придется платить: окружающие не любят, когда их проводят на мякине. Не хочешь уподобляться — нечего вводить в заблуждение других. Сойти за своего — это только начало пути. Та сиюминутная выгода, которая может быть получена от демонстрации чистого образа, может обернуться потерей долговременных отношений. Быть честным иногда бывает значительно выгодней. Имидж предполагает гармонию внутреннего содержания и внешнего вида. Имидж не сложно сознательно «сформировать», значительно сложнее придать ему внутреннюю силу.

**О деловом и личностном начале в имидже**

Формирование облика начинается с конфигурации линий. Фасон и фактура — крупнокалиберные снаряды нашего имиджа. Покрой одежды может быть таким, что в нем будут доминировать или прямые, или округлые линии. Пиджак или свитер выдают две принципиально отличные позиции в жизни. Разница в следующем: природа не знает прямых линий! Линии плавные, овальные (вогнутые и выпуклые) принадлежат органическому миру. Горизонт и тот имеет округлую форму. Они оказывают на нас успокаивающее, умиротворяющее, благотворное воздействие. Напротив, прямые линии и жесткие углы оказывают на человека организующее воздействие. Они принадлежат к технологическому миру, созданному руками человека: стол, стул, коробки зданий, прямоугольный лист бумаги. Все, что имеет квадратную или прямоугольную форму, несет на себе печать рассудка, логики упорядоченности, «мужского начала в имидже». Деловой мир не переваривает округлые формы!

Политики во время предвыборной кампании любят появляться на публике в свитерах. Насыщая свой внешний облик закругленными волнистыми линиями, они специально заигрывают с электоратом, стремясь подчеркнуть свое личностное, творческое начало. Повторение природных форм выдает человека живого, открытого, свободолюбивого, либерального, демократичного, способного к сопереживанию, к проявлению эмоций, располагающего к общению. Деловой (квадратно-прямоугольный, угловатый стиль) мешает доверительному общению. Психолог в деловом костюме, в рубашке и галстуке вызывает странное ощущение: то ли у человека праздник, то ли это не психолог, а менеджер, который, вместо того чтобы выслушать, с ходу начнет давать распоряжения.

Носите пиджаки, брюки с заутюженной стрелкой, блузки с подплечниками, с прямоугольными карманами; беседуя с руководством, держите в руках документы, папки, сумочки типа «кейс», дипломаты, мужские портфели, если вам необходимо внушить представление о себе как о человеке рациональном, серьезном, собранном, исполнительном, если нужно предстать деловой персоной, не подверженной «изменчивому женскому настроению». Но помните, что в этом случае никто не будет открывать вам душу и делиться своими переживаниями. Более того, если вы женщина, то мужчины изначально воспримут вас как главного конкурента.

На тему, как женщине, мечтающей сделать карьеру, поставить себя в мужском коллективе, есть целая стратегия, построенная на синтезе личного и делового начала. Считается, что эксплуатация только прямоугольных форм (брючных костюмов) изначально ухудшит ваши шансы. При внедрении в мужской коллектив основное место в гардеробе деловой женщины должен занимать костюм с юбкой и «ручные прямоугольные предметы». С помощью таких нехитрых средств вы сможете избавиться от назойливого внимания производственных донжуанов и не перенапряжете своим наступательным видом мужчин, стремящихся, как и вы, сделать карьеру.

То, что мы описали в предыдущем абзаце, скорее всего, можно было бы назвать личностно-деловым производственным имиджем. Мужчины прибегают к личностно-деловому имиджу, когда им претит использование чисто делового стиля, однако, в силу специфики своей работы, они вынуждены постоянно развивать деловые контакты, вынуждены подстраиваться под законы имиджа. Вращаясь среди «серьезных людей», личностно-ориентированные мужчины также манипулируют прямоугольными предметами (дипломаты, портфели), не вылезая из любимого свитера. Свитер в этом случае используется однотонный, преимущественно серых или темных цветов, что выдает человека достаточно опытного, с высоким контролем за своим поведением. Для мужчины, использующего личностно-деловую форму одежды, также хорошо подойдет пуловер с рубашкой и галстуком, где «покатое» и «прямоугольное» представлено равномерно.

Человека, не стремящегося сделать карьеру или стремящегося сделать карьеру за пределами организации, находящегося в оппозиции руководству, видно невооруженным взглядом за несколько километров. Такой человек эксплуатирует либо личностно-деликатный, либо личностно-экстравагантный стиль одежды. Личностно-экстравагантный имидж вызывает наибольшее раздражение «власть предержащих».

У женщин, применяющих личностно-экстравагантный имидж, ассортимент средств шире, чем у мужчин. Женщины, помимо всего прочего, активно работают с цветом. Основные женские средства для создания «оппозиционного стиля» — это динамика линий, нешаблонность фактуры и, конечно же, цветность. Женщины, ориентированные на мнение руководства, ответственные и исполнительные, более сдержанно работают с цветом.

Набор красок их деловых костюмов состоит всего из 7 пунктов: черное, белое, серое, умеренно-синее, темно-коричневое, зеленое и бежевое. Как и у мужчин, в одежде независимых личностно-ориентированных женщин процветает асимметризм: одна серьга, шаль или шарф на одно плечо, стильная стрижка, нестандартный покрой одежды. Обилие прямых линий в данном случае указывает на характер дамы. Личностно-экстравагантный имидж без слов сообщает окружающим, что женщина или мужчина отличаются независимостью суждений (свободомыслием), а также агрессивностью и наступательностью, которые придерживаются до поры до времени.

Что касается личностно-деликатного имиджа, то он, напротив, выдает человека далекого от честолюбия, как правило, исполнительного, осторожного и дипломатичного. Дабы произвести такое впечатление, женщины одеваются в светлые одежды: блузки пастельных цветов — розовое, салатное, сиреневое, кремовое, персиковое, голубое и т. п., используют дополнительно кружева, ажурно-расшитый трикотаж или небольшие по размеру украшения.

Мужчины, эксплуатирующие личностно-деликатный имидж, ходят без френчей и без жилеток (которые, как не трудно догадаться, играют одновременно роль защиты), в свитерах с наивным орнаментом или рубашках в крупную клетку.

Помимо делового, личностно-делового, личностных экстравагантного и деликатного стиля, женщины и мужчины могут создавать (с помощью отдельных аксессуаров) также личностно-романтический, эротический и оптимистический (непринужденный, расслабленный) имидж. Расслабленный (жизнерадостный, оптимистический) имидж эксплуатируют, как правило, студенты и студентки (2—3 курса), туристы и женщины, торгующие под открытым небом. Средства, с помощью которых производят подобное впечатление, — это рубахи на выпуск, рюкзаки, кепки-бейсболки, длинные свитера, рейтузы, шнурованная обувь, майки, шорты, одним словом, одежда, совершенно не стесняющая движений. Спортивный костюм и джинсовый гардероб также вписываются в данный имидж.

Расслабленно-оптимистический, непринужденный имидж мало пригоден для хождения на работу. Тем более непригодным для производственной обстановки следует признать эротический имидж: обтянутые тканью формы с обилием открытого тела. Чтобы привлечь внимание противоположного пола и вписаться в рамки делового этикета, мужчины и женщины используют романтический имидж по принципу: «у нас все очень пристойно, но должна быть в образе какая-то загадка». Мужчина и женщина в равной степени умеют «нагнать» романтизма. С этой целью мужчины используют бороды и усы, а Михаил Боярский — шляпу. Мужские усы скрадывают толщину верхней губы, отчего молодой мужчина кажется старше, или скрадывают дряблость кожи, отчего пожилой мужчина кажется моложе. Еще больше романтизма мужчине добавляет первая седина, если, конечно, есть чему седеть. «Черную» краску для волос мужчины употребляют значительно реже, а чаще употребляют женщины, но это не связано с романтическим имиджем.

**Восприятие окружающими цветовой палитры одежды**

Женщина-руководитель, а также женщины и мужчины, предпочитающие личное начало в имидже и не трясущиеся за должность, могут легко экспериментировать с цветовой палитрой одежды. За пределами организации цветом могут легко оперировать все, только при этом следует помнить, что в цвете одежды всегда содержится два аспекта. Первый — как он стимулирует нас, и второй — что он сигнализирует другим. Сознательное отношение к имиджу в первую очередь предполагает учет второго аспекта. Этим мы и займемся ниже. Оговоримся сразу, что мы не будем рассматривать физические свойства цвета («белое полнит», «черное сбрасывает 2—3 кг»).

Темные цвета, или все шоколадно-коричневые оттенки, темно-вишневый, темно-фиолетовый, ассоциируются с опытом, зрелостью, мудростью. Если вы неделю назад закончили институт, а сегодня готовитесь к собеседованию, то выбирайте «темное»! Этим вы произведете впечатление персоны солидной, уравновешенной, многое повидавшей и знающей дело.

Белый цвет. Значение белого цвета хорошо известно сотрудникам мэрии. Как бы они ни расслаблялись на уик-энде, во время торжественных встреч или обменов дружескими визитами, если назавтра удается предстать в белом цвете (белый верх, черный низ), то целесообразность сделки не оставляет сомнения. Обращайтесь к белому, когда вам необходимо создать образ чистоты, порядочности, имидж персоны, имеющей моральные принципы.

Черный цвет периодически считается остромодным у женщин. Чисто черный цвет хорошо смотрится на молодых и странно на зрелых женщинах. Черный цвет, как и некоторые другие, имеет двойственное значение. С одной стороны, он символизирует отрицание и негативизм, за что его, собственно, и полюбили подростки. Одновременно с этим, черный — это цвет авторитетности, элегантности и изысканности. Употребляйте черный, если хотите подчеркнуть свою независимость. Этот цвет лучше использовать для позиционирования, чем для развития деловых отношений. Еще им очень удобно пугать подчиненных.

Красный цвет. Как в свое время высказался Люшер: «Цвет крови, цвет зрелого мяса». Красный сразу выделит вас в толпе, однако следует помнить, что он воздействует противоречиво. С одной стороны, красный цвет гипнотизирует взгляд и представляет вас как человека уверенного в себе, активного, сексуального, с огромной жизненной силой. С другой стороны, красный настолько наступателен и агрессивен, что многие современные, осторожные в контактах люди предпочитают оставаться в стороне, нежели иметь с ним дело. Красный цвет мешает окружающим воспринимать ваши личностные качества. Психологи говорят более жестко: «Красный подавляет личность того, кто его носит».

Красный цвет одежды бывает уместен, когда вам предстоит темпераментно и смело выиграть, или обратить на себя внимание, или «занять свою нишу» и желательно нишу повыше, т. е. доказать другим, что вы не «мышка».

Синий цвет очень располагает к задушевному общению, во всех оттенках, за исключением ультрамарина. Темно-синий одновременно помогает держать дистанцию со сверхактивными и посторонними людьми. Люди, ведущие общественный образ жизни (но интровертны внутри), дома предпочитают синие рубахи в клетку и всевозможные джинсы. Синий подходит всем без исключения мальчикам и мужчинам. Синий цвет одежды способствует релаксации окружающих и вызывает доверие с их стороны.

«Зеленый» в природе вызывает ощущение гармонии и свежести, «зеленый» на теле — конфронтационный цвет. Его же иногда рассматривают как «цвет самоутверждения». Здесь одно другому не мешает, т. к. самоутверждение идет за чужой счет. Зеленый цвет, особенно близкие к «зелени травянистой» оттенки, без слов сообщает окружающим, что вы не дадите себя в обиду, что никому не удастся одержать над вами верх, что спорить бесполезно. Зеленый всегда выразительно смотрится на экзаменующих, контролирующих, инспектирующих, проверяющих. Употребляйте зеленый без ограничений, если вам постоянно приходится выяснять отношения по работе, и с вами никто не захочет связываться.

Желтый цвет — цвет простодушности и наивности. Употребляйте желтый, когда надо выглядеть раскованно, весело, забавно. Если вам нет еще 25-ти или, наоборот, уже близко к 50-ти и вы не на курорте, то желтый цвет — это ваша надежда на новые и лучшие возможности. Желтый цвет используется и в деловых целях, правда, для этого придется выкрасить волосы черным и регулярно посещать солярий. Желтый цвет, несомненно, идет брюнеткам, но, чтобы кожа выглядела здоровой при серьезном лице, она должна быть темной. При соблюдении этих требований, «загорелая брюнетка в желтом» ничем не уступит «значительной даме в черном».

Серый — цвет мокрого асфальта, цвет лондонского тумана, цвет дождливого неба — с эмоциональной точки зрения абсолютно нейтрален. Обратите внимание, как много народу ходит в сером. У серого цвета пять значений, но если выразить их суммарно в максимально плотной и сжатой форме, то кредо серого — «закрытый цвет». Выбирайте серый, когда вам необходимо предстать закрытой персоной. Если мужчина ходит в сером, то долгое время у вас не будет ни малейшего представления о его интересах, его характере, его намерениях. Серый цвет позволяет вести себя максимально сдержанно, создавать ничего не выражающий имидж и одновременно держать ситуацию под контролем. Серый цвет — цвет контрразведчика, который, не привлекая внимания к своей персоне, собирает полезные для себя сведения.