

ОДЕЖДА ДЛЯ КАРЬЕРЫ



Первым набором кодов и символов, на которые обращают внимание, является одежда. Неудачный имидж, не соответствующий ситуации, иногда нарушает даже самые продуманные планы. Особенно это касается карьеры. Поэтому к выбору одежды, в которой мы приходим на работу, стоит относиться взвешенно и серьезно.

Одежда говорит без слов

Через одежду происходит самопрезентация, самопредъявление личности, поскольку человек сам захотел, решил или по каким-то причинам вынужден быть одетым именно так, а не иначе. Одежда транслирует самую разную информацию о своем хозяине, подчас даже ту, которую лучше скрыть. Прежде всего, это информация о том, каким человек представляет самого себя, каким он хотел бы казаться окружающим, что он думает о своей привлекательности. Одежда информирует о происхождении, вкусе, привычках, настроении и даже о доходах своего владельца.

Вещи могут скрыть или подчеркнуть как внутренние, так и внешние проблемы. К примеру, при помощи облегающей одежды, особенно если она из плотных тканей, человек подсознательно создает для себя жесткие рамки, которые помогают «быть в форме», сдерживают от неконтролируемых эмоций и чувств, перепадов настроения. Людей, предпочитающих свободную одежду, жесткие рамки тяготят.

Если женщина одета в деловом стиле, то воспринимающие ее другие женщины и мужчины приписывают ей такие качества: критичная, серьезная, уверенная, тактичная, умная, трудолюбивая, организованная. Женщинам, предпочитающим романтичный, фантазийный, фольклорный, спортивный и другие стили, приписываются иные качества. Просвечивающая блузка и мини-юбка женщины, работающей в деловой сфере (а не деловой костюм, как положено), может подтолкнуть коллег-мужчин к ухаживаниям вместо чисто деловых отношений. Надевая сильно облегающую кофточку из мягких тканей, женщина стремится почувствовать себя в мире с окружающими и самой собой. Возможно, ей не хватает гармоничного отношения к собственному телу и требуется постоянное подтверждение своей привлекательности.

По одежке встречают

Поиск работы или умение «удержаться» на насиженном месте в условиях кризиса важны для каждого! Как же следует выглядеть, чтобы

соответствовать представлениям собственника, как выгодно «продать себя» и получить от работодателя предложение занять желаемую должность? Ситуация собеседования при устройстве на работу предъявляет определенные требования к оформлению внешности соискателя.

Несмотря на то, что в подавляющем большинстве работодатели готовы платить за хорошую работу, а не изысканную оболочку, одно другому не мешает: ведь внешний вид часто подсознательно воздействует на собеседника. Стереотипы в восприятии человека через одежду весьма устойчивы. Например, если попросить человека нарисовать на листке бумаги учёного, то девяносто из ста изобразят его в очках. Так, «жесткость» одежды символически ассоциируется с физической силой, «вертикальность» линий – с моральной чистотой и стойкостью; плотно прилегающая одежда может символизировать жесткий контроль человека над собой; свободность и неряшливость ассоциируются с аморальностью.

Эти же утверждения проецируются и на принадлежность к тому или иному роду занятий. Одежда сегодня является неким «социальным сигналом», своего рода «визитной карточкой личности». Человека творческой профессии, который постоянно ходит в строгом костюме, вообразить себе сложно. Представители деловых кругов и руководители высокого ранга предпочитают так называемый **консервативный стиль** одежды, причем как мужчины, так и женщины. Это касается не только костюма, но и всех сопутствующих аксессуаров: определенной марки часов, сумок, портфелей, зажигалок, галстуков и прочего. Человек, на котором хорошо сидит дорогой строгий деловой костюм воспринимается ими как надежный и заслуживающий доверия. Бедно одетый человек может вызвать сочувствие и желание помочь, а крайне неряшливо – брезгливость.

Спортивный костюм на деловых переговорах будет выглядеть, по меньшей мере, нелепо, а в рекламном агентстве строгий костюм с галстуком вызовет недоумение и отношение к человеку как к «чужаку».

Усвоение неписаных правил того, в какой ситуации (коллективе) и как надо одеваться, – неотъемлемая часть искусства делать карьеру.

При встрече с коллегами или работодателем небрежность и раскованность в одежде может привести к нежелательным последствиям. «Жалкий внешний вид» – одна из первых причин отказа в приеме на работу по результатам собеседования.

Аксиома делового взаимодействия: «Сначала доверие к имиджу, затем доверие — к словам».

Вот почему **первый шаг к успеху** — продуманный **внешний облик**. Уместный для данной ситуации имидж «сигнализирует»: *«Я деловой, собранный, современный деловой человек, мне можно доверять»*. Это позитивно влияет на интервьюеров, убеждает в надежности данного соискателя, заставляет обратить на него особое внимание.

Выбор стиля одежды воспринимается как свидетельство того, каких эталонов-стереотипов он придерживается, что он считает правильным,

приличным, красивым. Ему «автоматически» приписываются определенная роль, и ожидается соответствующее поведение.

Поэтому, основными **задачами «одежды для офиса»** в случае знакомства с новым коллективом являются:

- создание «правильного» представления о личности;
- адаптация собственного образа специфике должности;
- подчеркивание профессионализма и хороших деловых манер;
- обеспечение положительного восприятия коллегами по работе.

Качества, которые ценятся в деловом партнере или потенциальном сотруднике-профессионале – надежность, основательность, ум, достаток, уважение к своим партнерам. Все это легче увидеть в аккуратном костюме, подобранном со вкусом и с тщательно продуманными аксессуарами, в привлекательном макияже и отсутствии экстравагантных деталей.

Автор Людмила Стрельникова,
Практический психолог, бизнес-тренер

Источник сайт <http://hrm.bz/stati>

Использование материалов сайта возможно только с указанием источника – прямой, активной, не закрытой ссылки на ресурс <http://hrm.bz/stati>