

## СКЛАДНИКИ ПОНЯТТЯ «ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ»

Михайлов Б.В., гр. ПМ-18

Науковий керівник – канд. філол. наук, проф. С.М. Руденко  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

«За одягом зустрічають...» Ця приказка коротко й вичерпно відповідає на запитання, яке значення має одяг для сприйняття співрозмовника. Мета нашої розвідки – розглянути важливість одягу для створення іміджу ділової людини.

Уміння підібрати одяг «під себе» й носити його правильно становить важливу частину ділового іміджу. Багатьом здається, що зовнішній вигляд (одяг) не вартий уваги порівняно з внутрішніми якостями людини. Однак манера вдягатися значною мірою визначається саме індивідуальними психологічними особливостями. Психолог може чимало сказати про людину за її зовнішнім виглядом. Як показують психологічні дослідження, 85 осіб зі 100 після першого знайомства складають для себе враження про людину за її зовнішнім виглядом. Перша хвилина зустрічі є вирішальною у створенні соціального та психологічного портрета, визначає характер подальших взаємин. Змінити перше враження згодом дуже важко. Навіть найрозумнішій, найдобрішій, товариській і доброзичливій людині, унікальному фахівцю, зрештою, навіть генію необхідно уважно ставитися до свого зовнішнього вигляду, щоб налагодити ділові стосунки з оточенням. Колись мода висувала дуже тверді вимоги, майже не залишаючи місця для прояву індивідуальності. Зараз вона демократична: кожен може обрати для себе певний стиль і навіть створити власний. Але багато ситуацій сучасного життя вимагають строго визначеної форми одягу. Це насамперед одяг ділової людини.

Із давніх часів одяг, окрім основних функцій (захисту, естетики та гігієни), несе інформацію про власника, є своєрідним кодом, який треба вміти «читати». Досвідчене око відразу помітить, наскільки вміло вдягнений співрозмовник, чи підходить костюм до його фігури, чи відповідає характеру й темпераменту, чи допомагає приховати недоліки, чи розуміє й відчуває він ситуацію, у якій перебуває. Його статус, психологічні особливості, соціальна роль, думки та почуття – усе має відображення в костюмі.

Отже, імідж ділової людини є поєднанням багатьох складників: макіяжу, кольору обличчя, доглянутих шкіри та волосся тощо, серед яких визначальним фактором однак залишається одяг.