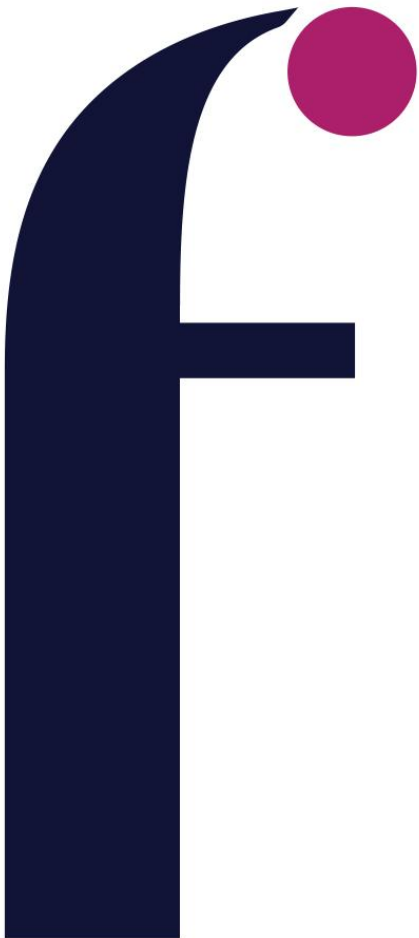


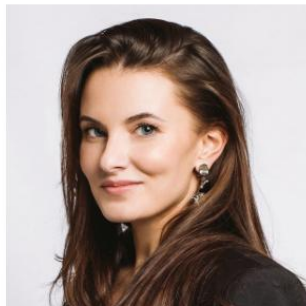
Что надеть в суд?

Суд и **подиум** – ближе чем кажется





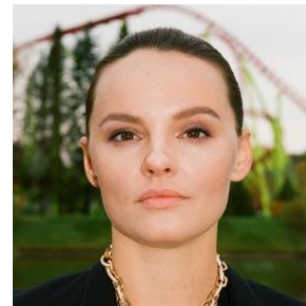
Спикеры



Анна Заброцкая
Управляющий партнер
АБ Нордик Стар



Ярослава Гребенщикова
Психолог, нейробиолог



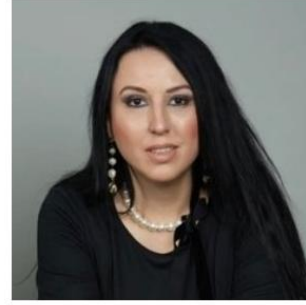
Ксения Подвальная
Atelier Biser



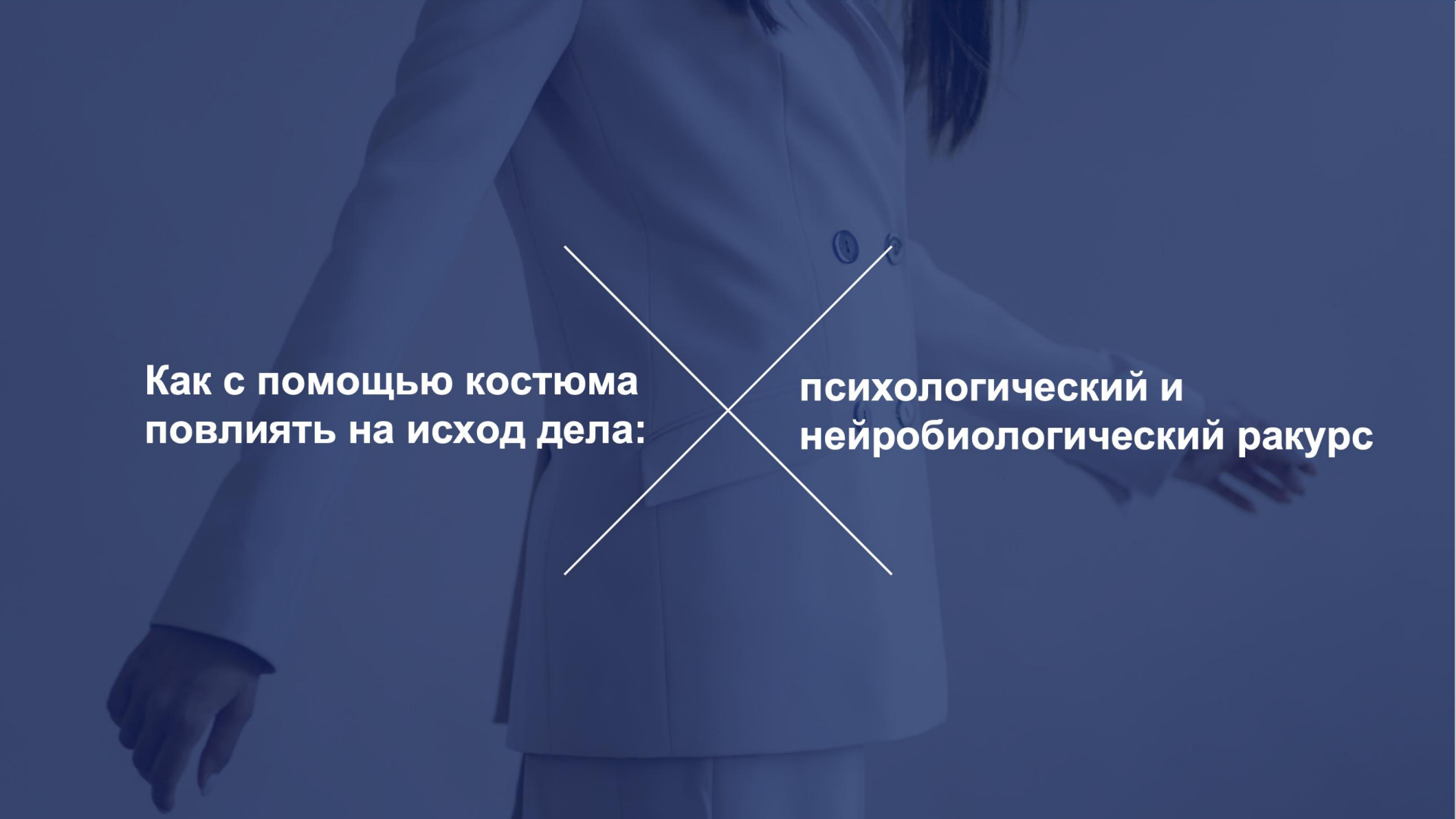
Крылова Наталья
АО «Мэлон Фэшн Груп»



Анастасия Дорофеева
A.D. Fashion Law



Елена Левитская-Эриш
Sokolov Atelier



**Как с помощью костюма
повлиять на исход дела:**

**психологический и
нейробиологический ракурс**

Гребенщикова Ярослава

Нейробиолог, психотерапевт,
executive coach

Корпоративные клиенты: Яндекс,
Озон, Рwс, Сбер.

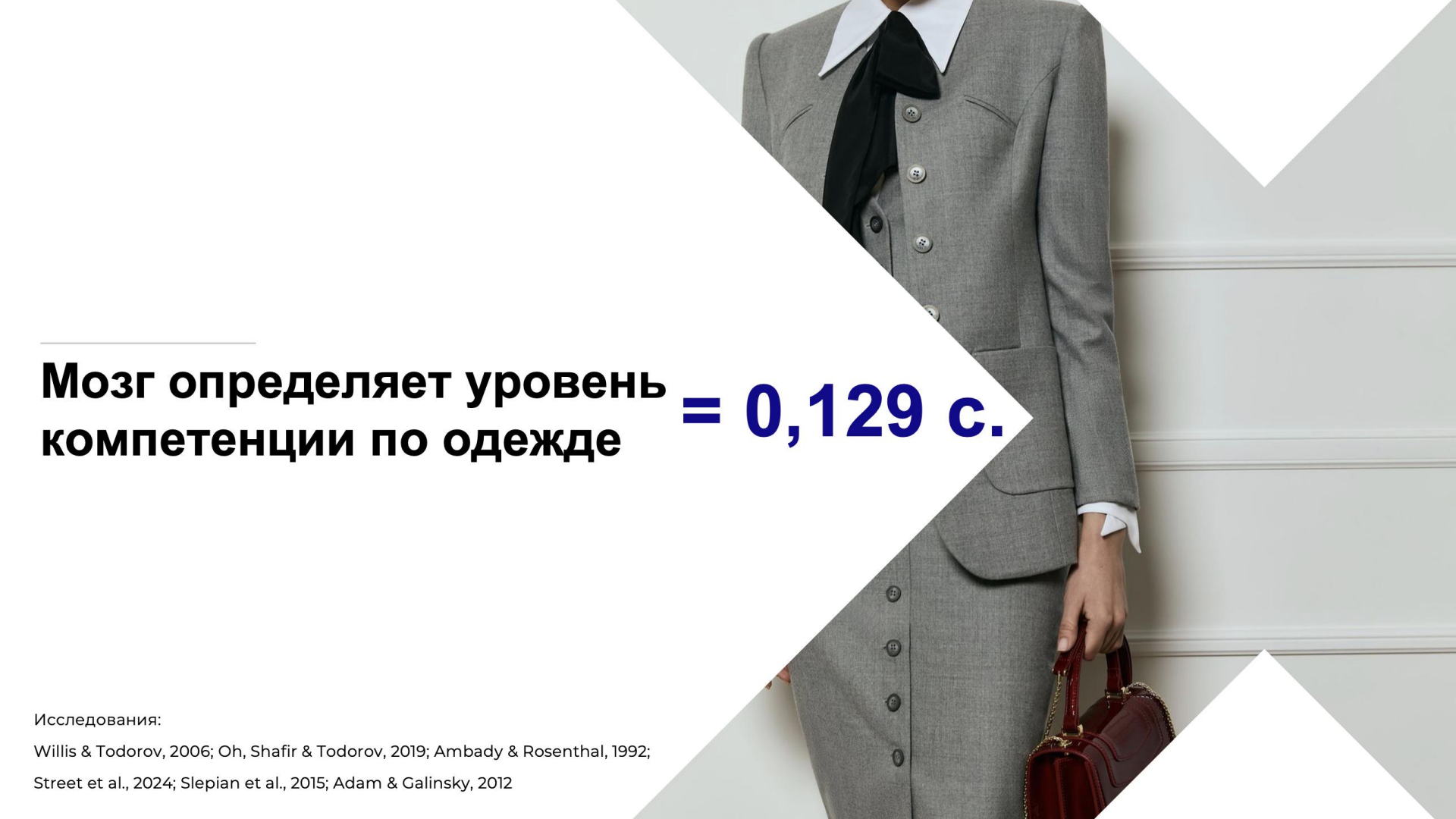
Преподавание: МГУ, Британка

Образование: МГУ, ВШЭ



**Неважно, как я выгляжу.
Важно, какой я
специалист.**

Миф или правда?



**Мозг определяет уровень
компетенции по одежде = 0,129 с.**

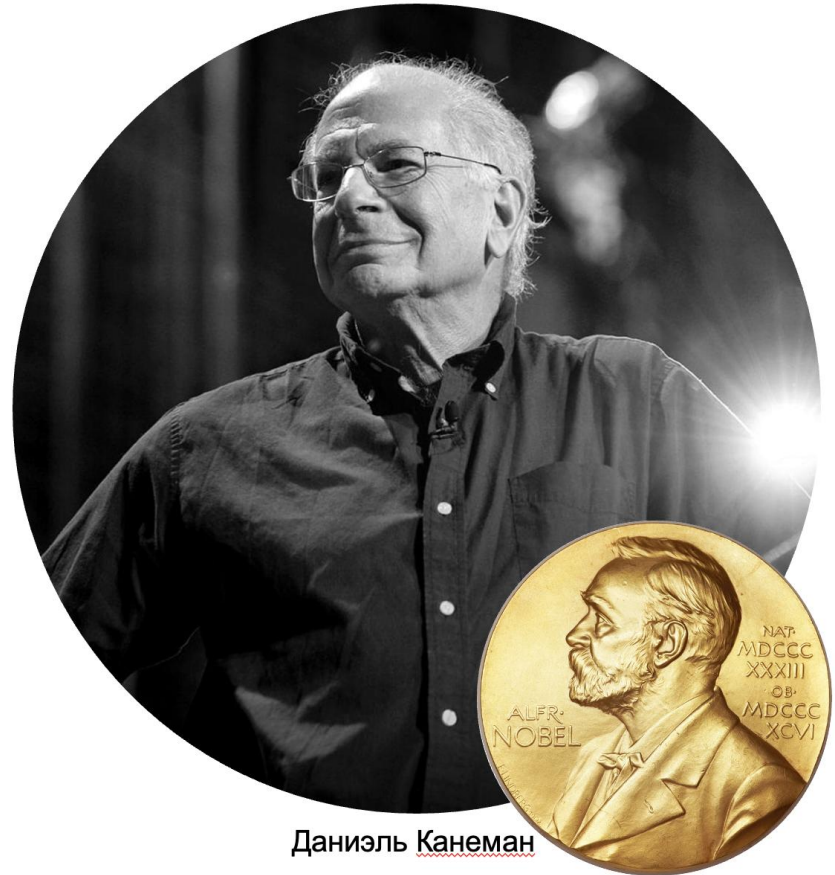
Исследования:

Willis & Todorov, 2006; Oh, Shafir & Todorov, 2019; Ambady & Rosenthal, 1992;

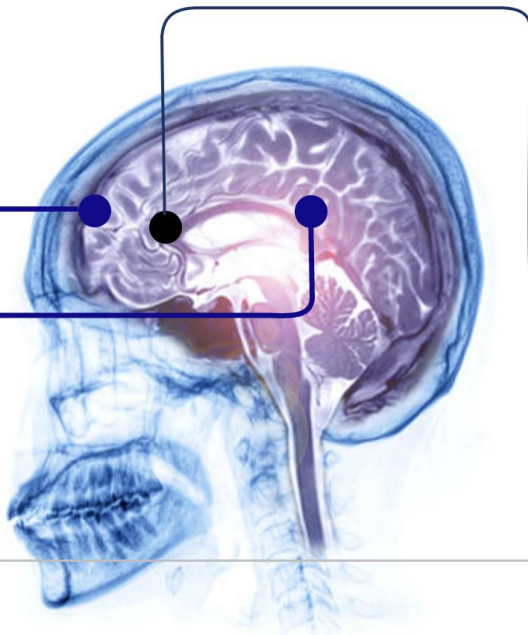
Street et al., 2024; Slepian et al., 2015; Adam & Galinsky, 2012

Нобелевская премия
по экономике 2002:

быстрые эмоциональные
реакции задают
направление решениям



Даниэль Канеман



Система 1

Медиальная префронтальная кора и задняя поясная извилина

- ▶ Работает всегда, автоматическая
- ▶ Быстрая: «где мои джинсы?»
- ▶ Даёт мгновенный ориентир: «красный = очень ярко»
- ▶ Ошибается из-за иллюзий: «дорого = качественно»

Система 2

Дорсолатеральная префронтальная кора

- ▶ Включается после 1, если: задача сложная | ставки высоки | новое
- ▶ Медленная, с усилием: «Нет, надо юбку или платье. Там может быть Володя»
- ▶ Проверяет и корректирует: «так, а я хочу яркой быть и заметной. В прошлый раз Оля была в красном. На нее все смотрели»
- ▶ Останавливает: «дорого у них, потому что маркетинг, ритейл. А швы хуже, чем у...»

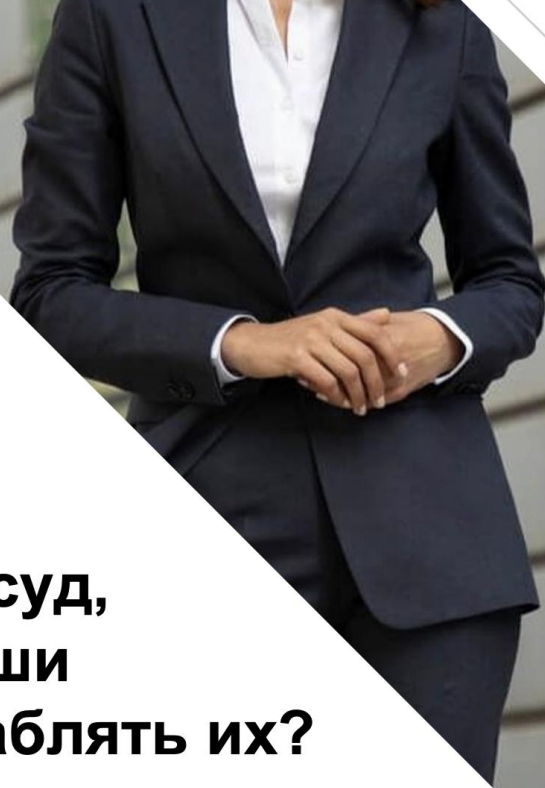
A woman with long brown hair is adjusting the white shirt of a man. The man is wearing a white long-sleeved shirt and a dark tie. The woman is wearing a light blue top and has a small tattoo on her left wrist. The background is a plain wall.

Одежда = ваше сообщение без слов, которое вы посылаете в мир.

Как звучит ваше сообщение сегодня?

Как вы читаете наши сообщения?

Цель: как одеться в суд,
чтобы усиливать ваши
аргументы, а не ослаблять их?

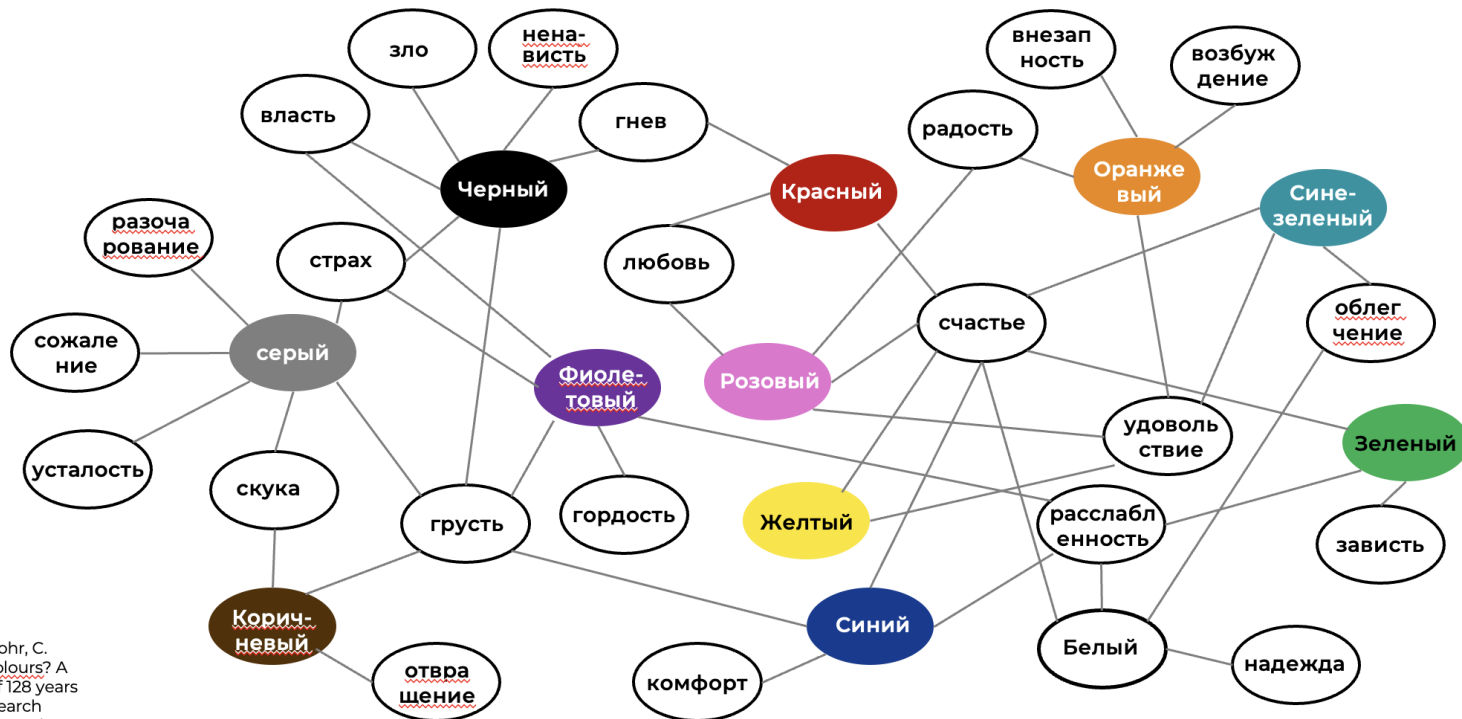




1. Цвет

128 лет исследования цвета: люди имеют устойчивые эмоциональные ассоциации с цветами

С чем хотите ассоциироваться вы в своем сообщении?



Топ №1: темно-синий



Синий → доверие и стабильность

- ▶ Выигрывает у черного, серого, зеленого
- ▶ Веб-сайты в синем воспринимаются надёжнее и качественнее.
- ▶ Магазины с синим оформлением ассоциируются с более высоким качеством.
- ▶ Парадокс синего: психологически = спокойствие, биологически = концентрация за счёт активации меланопсина и циркадных ритмов.

1. Alberts, W. A., & van der Geest, T. (2011).

2. Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2012).

3. Cajochen, C., Münch, M., Kobialka, S., et al. (2005), Lockley, S. W., Brainard, G. C., & Czeisler, C. A. (2003), Brainard, G. C., Hanifin, J. P., Greeson, J. M., et al. (2001).



Цвета от
самого
«выигрышного»
к самому
«спорному»
для суда

Амаль Клуни

2. Стиль одежды



1. Формальная одежда → компетентность, статус, власть

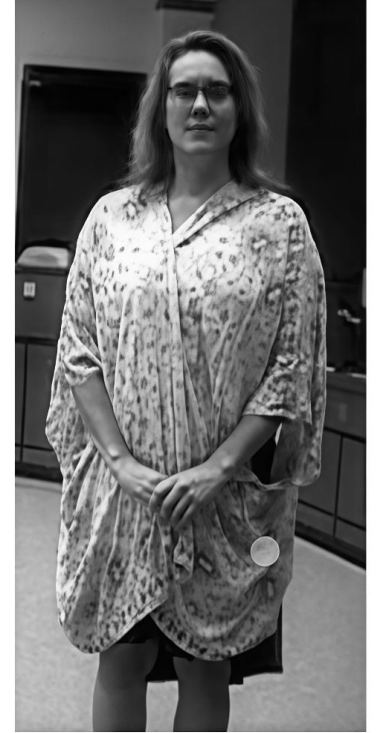
Результаты:

Плюсы официальной одежды:

- ▶ повышает уровень восприятия компетентности
- ▶ усиливает восприятие статуса и доминирования по сравнению с casual

Минусы формальной одежды:

- ▶ снижает ощущение доступности и дружелюбия



2. Нарушение дресс-кода → потеря доверия

Sotak, Friedman, Dawkins (2024): Несоответствие контексту, например, джинсы в суде, воспринимается как нарушение норм и снижает доверие.



3. Сексуально-откровенный стиль → падение профессионализма

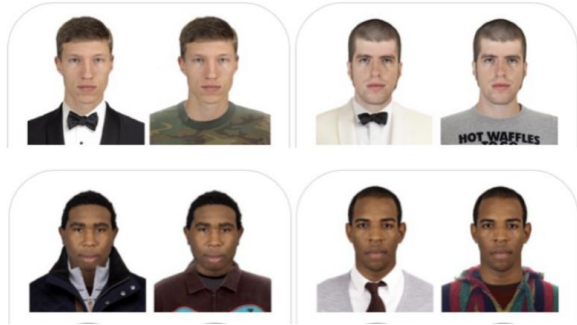
Chang & Cortina (2024): уменьшает восприятие компетентности женщин



4. Модный стиль → более открытый, но менее серьезный

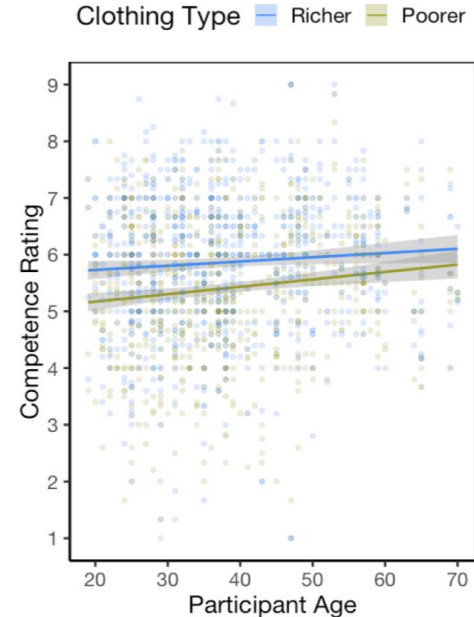
Chang & Cortina (2024): повышает ощущение креативности и коммуникабельности, но уменьшает деловитость.

5. Дорогая одежда → более высокая компетентность



Результаты:

- ▶ Одно и то же лицо в «более дорогой» одежде стабильно считали более компетентным, чем в «менее дорогой».
- ▶ Эффект сохранялся при сверхкороткой экспозиции 129 мс. То есть первое впечатление формировалось практически мгновенно.
- ▶ Эффект не исчезал, даже когда участников заранее предупреждали, что одежда неинформативна, и просили её игнорировать.



6. Одежда влияет не только на то, как вас видят, но и на то, как вы думаете

Формальная одежда → ваша уверенность и компетентность

- ▶ Slepian et al. (2015):
участники в деловых костюмах демонстрировали более абстрактное, стратегическое мышление.



7. Как одежда подсудимого влияет на вердикт

Эксперимент «The Cloak of Innocence» (США, 2024): одно и то же дело, но фото подсудимого в деловом костюме vs в тюремной робе.

Результаты:

- ▶ Тюремная роба увеличивала долю вердиктов «виновен» по сравнению с деловым костюмом
- ▶ Роба усиливала восприятие «агрессивности» подсудимого; это частично объясняло рост «виновен»



Практические рекомендации

Какое сообщение вы хотите послать своей одеждой?

01

Цвет выбран неосознанно →
риск неправильной ассоциации

Выбирайте цвет под цель:
доверие = тёмно-синий

02

Слишком casual → потеря доверия

Формальный стиль = сигнал
компетентности

03

Одежда не соответствует роли →
воспринимается как нарушение норм

Подбирайте образ под аудиторию
и контекст

04

Чрезмерная сексуальность →
снижение восприятия
профессионализма

Сдержанность = выше
профессионализм

05

Ультрамодность → сомнение
в серьезности

Классика работает надёжнее



Первое впечатление
неизбежно

Управляйте им