**Корпоративная культура и человек**

**А.В.Королева,** *ЯФ МФЮА*

*Научный руководитель: старший преподаватель О.В. Колёскина*

"По одежке встречают − по уму провожают", − кто не знает этой поговорки? Ученые Северо-Западного университета (США) уверены же в том, что человек не просто одевается в соответствии со своим внутренним миром, а ведет себя так, как предусматривает выбранный им костюм. Проведя исследования, они убедились в том, что одежда − мощное средство воздействия на окружающих и на самого себя.

Восприятие одежды, человека и его проявления в мире связаны. По словам автора изыскания Адама Галински, к примеру, выбирая строгий деловой костюм, человек производит впечатление не только на окружающих, но и на самого себя. Он будто бы перенимает качества, которые несет с собой этот костюм, констатируют ученые Северо-Западного университета. Таким образом, эксперты перефразировали известное выражение "Вы − то, что едите" в "Вы − то, что носите".   
**Личный имидж** — это явление среды. Он выступает как признание, как оценочное отношение какой-то группы или слоя людей. **Образ** — одна из основных категорий психологии. Когда мы говорим об имидже как образе, то в основном имеем в виду два аспекта образа: формирование представлений о внутренних к­ачествах через внешние и побудительную (мотивационную) силу образа. **Удачный имидж** — это способность внушить окружающим, что носитель этого имиджа является воплощением в себе тех идеальных качеств, которые они хотели бы иметь, если бы были на месте этого человека.   
Много или мало можно сказать о человеке по его одежде и манере одеваться?   
Оказывается, можно сделать заключение:

* о его поле и возрасте;
* о национальности и месте жительства;
* о профессии и месте работы;
* о социальном положении;
* о материальном положении и вкусе;
* о потребностях;
* о характере;
* о темпераменте; и даже
* о стремлениях и страхах.

Еще один фактор — цвет одежды, он является как диагностичным, так и коррекционным. Сведем диагностику до минимума. Итак...

Красный — цвет страстей, властность, вспыльчивость.   
Зеленый — цвет надежды и открытого пути, упрямство в достижении цели.   
Черный — неуверенность, мрачное восприятие жизни.   
Белый в одежде не информативен и т.д.

«Я подумал о том, что одежда, которую мы носим, оказывает колоссальное влияние на наше поведение» — говорит Галински. — «Надев черную футболку, вы станете более агрессивным, но если вы наденете халат медсестры, то, скорее всего, вы станете более милосердным».

Молодежь и представители творческих профессий склонны одеждой еще раз подчеркнуть свою индивидуальность, нестандартность и независимость. Отклонения от этих стереотипов могут вызвать недоумение и недоверие, отношение к человеку как к «чужаку».

Сильно привлекает внимание степень опрятности одежды. Неряшливость и неопрятность быстро портят впечатление, если, конечно, это не специальный стиль хиппи. Бедно одетый человек может вызвать сочувствие и желание помочь, а крайне неряшливо – брезгливость.