

Jak cię widzą, tak cię piszą

Autoprezentacja to proces kontrolowania postrzegania nas przez innych w celu wyrobienia u nich konkretnych zachowań.

Takie działania towarzyszą nam wszystkim w mniejszym lub większym stopniu. Im bardziej świadomie je kontrolujemy, tym bardziej możemy wpływać na relacje społeczne, w jakich się znajdujemy. Nie

powinno więc budzić już niczyjego zdziwienia, że pozytywna **autoprezentacja** jest istotnym elementem, nad którym pracuje wiele osób. Zrozumienie zagadnienia i wykorzystanie określonej wiedzy dla budowania własnego pozytywnego wizerunku wymaga prześledzenia całego procesu.

Skąd się to wzięło

Sprawa autoprezentacji dotyczy wszystkich od wczesnego dzieciństwa. Wpisana jest bowiem w naszą społeczną naturę. Odkąd wchodzimy w świat relacji społecznych, otrzymujemy określone infor-

macje w postaci reakcji ludzi na zachowanie się w określonych sytuacjach. W ten sam sposób odbieramy sygnały o postrzeganiu naszych cech osobowościowych i wyglądu. Dzięki temu wiemy, jakie zachowanie w danej sytuacji będzie aprobowane, a jakie spowoduje negatywną reakcję otoczenia. Im bardziej jesteśmy świadomi swego odbicia w oczach innych, tym lepiej potrafimy równie świadomie wywierać określone wrażenie na ludziach. Niewątpliwym wpływem na to ma kultura, w jakiej się wychowujemy. Wnosi ona do życia określone role i ściśle przypisane im normy. Będą to zachowania związane z naszą płcią, ogólnie przyjętymi normami obyczajowymi i aktualnymi tendencjami kulturowymi. Stosowanie się do tych przepisów powoduje, że robimy dobre lub złe wrażenie.

W wyniku tych zależności nie staniemy nago w centrum miasta, nie położymy nóg na stole na urodzinach u znajomych. Te same uwarunkowania powodują, że owym znajomym kupujemy kwiaty na urodziny, a z domu wychodzimy ubrani. Normy zostają nam silnie zakodowane podczas rozwoju społecznego. Ich wpływ powoduje działania na swój sposób automatyczne, pozwalające zachować nasz dobry wizerunek. Natomiast częścią tego typu zachowań kierujemy świadomie, reagując odpowiednio do sytuacji.

Na czym to polega

Autoprezentacja to wypracowana manipulacja wrażeniem, jakie wywieramy na otoczenie. Podstawą procesu są nasze predyspozycje, czyli potencjał. Dotyczy to zarówno wyglądu, jak i cech osobowo-



Foto: NARS

ściowych. W zależności od sytuacji owe predyspozycje przepuszczamy przez „sito” łącznie z obiektywnymi elementami, które w danym momencie spowodują nasz najlepszy odbiór przez społeczeństwo. Zawsze uwypuklamy ten aspekt osobowości, który będzie najbardziej korzystny. Potrzebne informacje zbieramy obserwując aktualne tendencje i porównując się z tymi, którzy osiągnęli zakładane przez nas cele. Zdając sobie sprawę ze swoich niedoskonałości wypracowujemy odpowiedni **wizerunek**. Istotna będzie tu praca nad swoim zachowaniem i wyglądem zewnętrznym. Jest to szczególnie istotne przy budowaniu tak zwanego pierwszego wrażenia.

Pierwsze wrażenie

Pierwsze wrażenie często ma decydujący wpływ na ocenę nowo poznanej osoby. Charakterystykę opieramy na schematach przypisujących określony wygląd i zachowanie konkretnym cechom osobowości. Na tej podstawie budujemy pogląd co do osoby, którą zobaczyliśmy pierwszy raz. To nastawienie wyznacza nasz stosunek emocjonalny do tej osoby, a co za tym idzie, zachęca lub zniechęca do dalszej z nią współpracy.

Oceny dokonujemy przez pierwszych 30 sekund kontaktu.

Ten krótki czas wystarcza, by powstały przekonania, które potem w ogromnym stopniu wpłyną na nasze przyszłe relacje.

Postrzegając kogoś zwracamy uwagę kolejno na rasę, płeć, wiek, wzrost, wyraz twarzy, oczy i włosy, ubranie, ruchy i postawę.

Swoją ocenę opieramy w 7% na przekazanych nam treściach, w 38% na wrażeniach wywołanych przez głos i aż w 55% na wyglądzie. Podstawowa okazuje się zatem komunikacja niewerbalna, czyli mowa ciała. Do jej najistotniejszych elementów należy sposób witania się i poruszania, operowanie głosem, mimika, sposób siedzenia, gestykulacja, a przede wszystkim wygląd zewnętrzny.

Należy pamiętać, że te czynniki są silnie uwarunkowane zarówno konkretną sytuacją społeczną, jak i wzorcami kulturowymi. W zależności bowiem od sytuacji będziemy kreować określony wizerunek siebie.

Atrakcyjność fizyczna

Współczesna kultura, kładąc duży nacisk na zewnętrzną atrakcyjność, silnie narzuca kanony pozytywnego oddziaływania konkretnych cech



Do każdej lampy kosmetyk GRATIS!

- SOLARIA**
- LAMPY**
- KOSMETYKI**
- WYPOSAŻENIE GABINETÓW KOSMETYCZNYCH I FRYZJERSKICH**
- SERWIS**

wyglądu i sposobu zachowania się. Świadomość wpływu atrakcyjności fizycznej na otoczenie powoduje, że ludzie za wszelką cenę próbują poprawić swój wygląd. Podnosi to bowiem ich pozytywny wizerunek w oczach innych i wywołuje pożądane wrażenie.

Najpopularniejsze metody pozwalające uzyskać odpowiedni wizerunek to poddawanie się zabiegom kosmetycznym. Będą to począwszy od codziennej toalety, poprzez stosowanie kosmetyków, korzystanie z usług salonów kosmetycznych, fryzjerskich, rad stylistów, aż po radykalne kroki, tzn. operacje plastyczne.



Analizując owe działania pod kątem autoprezentacji dostrzegamy konieczność profesjonalnego podejścia do klienta, by rozpoznać jego potrzeby i oczekiwania, a dzięki temu podkreślić w wyglądzie te elementy, które będą istotne w jego relacjach z otoczeniem. Klient chce uzyskać wizerunek, który wywoła pozytywne reakcje społeczne o określonym charakterze. Czego innego będzie oczekiwać klientka, która wybiera się na spotkanie biz-

nesowe, a inne będą życzenia osoby chcącej zrobić wrażenie na przyjęciu. Należy pamiętać, że autoprezentacja będzie pozytywna wtedy, gdy uzyskamy spójny obraz, tzn. cechy i predyspozycje będą współgrały z wyglądem zewnętrznym i sytuacją.

Ważnym elementem autoprezentacji jest waga. Obecny kanon piękna preferuje szczupłą, wysportowaną sylwetkę i właśnie tacy ludzie budzą pozytywne skojarzenia. Stąd tak wielkie w obecnych czasach zainteresowanie sportem i aktywnym wypoczynkiem. Coraz więcej ludzi korzysta z usług klubów fitness. Ważne, by za-

ścią, wydaje się bardziej atrakcyjne. Stąd wzrost popularności solariów, które w bezpieczny i kontrolowany sposób pozwalają osiągnąć zamierzony efekt.

Wszystkie te zabiegi poprawiają wygląd, co w odbiorze społecznym oznacza atrakcyjność.

Dzięki temu stajemy się pewniejsi i bardziej przebojowi.

Akceptacja naszego wizerunku powoduje, że akceptowane są również nasze zachowania. Dlatego ludziom atrakcyjnym przypisuje się pozytywne cechy. Działa tu stereotyp „to co piękne, jest dobre”. Przymioty ciała łączy się z pozytywnymi cechami osobowości, stąd wzrost sympatii do ludzi o atrakcyjnym wyglądzie.

Są oni odbierani jako: seksowni, uprzejmi, silni, szlachetni, otwarci, opiekuńczy, wrażliwi. Uważa się, że są interesujący, zrównoważeni, uspołecznieni, bardziej ekscytujący na randkach, mają lepszy charakter. Mało tego: osobom atrakcyjnym wróży się lepszą przyszłość: większy prestiż, szczęśliwsze małżeństwo, większe sukcesy społeczne i zawodowe. Takich ludzi lepiej się traktuje, obciąża mniejszą odpowiedzialnością za błędy, częściej się im pomaga. Jeżeli są to mężczyźni, zaczynają pracę z wyższą pensją i mają szansę na błyskawiczny awans. Kobiety szybciej znajdują partnera. Atrakcyjność zatem pozwala na lepsze funkcjonowanie we współczesnym świecie.

Autoprezentacja to jednak nie tylko owe 30 sekund pierwszego wrażenia, ale również szereg technik pozwalają-

chować równowagę między tym co zdrowe, co podnosi naszą samoocenę przez pozytywny odbiór społeczny, a tym co staje się patologią związaną z pewnego rodzaju uzależnieniem od opinii społecznej. Może to powodować zaburzenia łaknienia i związane z tym nierzadkie przypadki anoreksji czy bulimii.

Obecnie czynnością poprawiającą autoprezentację jest **opalenie**. Opalone ciało kojarzy się ze zdrowiem i witalno-

cych wypracować wizerunek w dłuższej perspektywie czasowej.

Jeszcze kilka technik autoprezentacyjnych

Szereg zachowań może pozytywnie wpływać na nasz odbiór społeczny:

- sposób, w jaki przedstawiamy siebie i swoją firmę – sposób, w jaki mówimy, jak się reklamujemy, jak się wypowiadamy o konkurencji;

- wyrażanie swoich opinii – zawsze warto podkreślić swoją opinię, jeżeli jest zgodna z opinią drugiej osoby;

- wyrażanie emocji – dopasowanie emocji do sytuacji i pozytywne nastawienie do innych;

- wykorzystanie relacji społecznych – podkreślanie swoich kontaktów z autorytetami w danej dziedzinie, oso-



Fot. PhotoDisc

bami znanymi, lubianymi; wyolbrzymianie zalet ludzi, miejsc, instytucji, z którymi mamy kontakt;

- otoczenie – miejsce, w którym przebywamy, sposób jego urządzenia, oświetlenie;

- rekwizyty – dodatkowe rzeczy, którymi się posługujemy: notatnik, długopis, okulary itp.

Autoprezentacja jest procesem towarzyszącym nam w codziennym życiu. Warto **świadomie** podchodzić do kreowania własnego wizerunku, ponieważ wówczas zdecydowanie łatwiej zmierzać ku pożądanym efektom. Pracując na szeroko pojętym rynku kosmetycznym w istotny sposób bierzecie Państwo udział w budowaniu wizerunku swoich klientów, a tym samym pomagacie im zdobyć zamierzoną pozycję społeczną. Z drugiej strony sami podlegacie ich ocenie. Ta z kolei decyduje o tym, czy klient uzna was za godnych zaufania. Dobrze więc przemyśleć własne oczekiwania co do postrzegania Was przez klientów, by wyeksponować cechy, które pozwolą osiągnąć sukces.

Aleksandra Janicka 

www.solar-studio-sport.com.pl



Wojciech Janicki

ul. Białostocka 11
03-748 Warszawa
tel.: (022) 677-01-52
kom.: 0501 075-170



LightTech
Superbrite Plus



TANIO

SZYBKO

MOCNO

