

Е. А. Ермакова

Принципы визуального имидж- анализа для HR

Методические материалы
тренинга

Е. А. Ермакова

**Принципы визуального
имидж-анализа
для HR. Методические
материалы тренинга**

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=51557973
ISBN 9785449835666*

Аннотация

В повседневном общении люди редко осознают, какое сообщение для специалиста несет представляемый ими внешний имидж. Метод визуальной диагностики является одним из эффективных и экономных средств диагностики и оценки профессиональных и личностных качеств, эмоционально-психологического состояния работника, а также индикаторов профессионального выгорания на основании анализа визуальных знаков и семантики костюма.

Содержание

Глава 1. Эмоциональный интеллект и визуальная самопрезентация	5
Глава 2. Основной принцип делового костюма	19
Глава 3. Словарь делового костюма	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

**Принципы визуального
имидж-анализа для HR
Методические
материалы тренинга**

Е. А. Ермакова

© Е. А. Ермакова, 2020

ISBN 978-5-4498-3566-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Глава 1. Эмоциональный интеллект и визуальная самопрезентация

Любое общение начинается с впечатления. Вступая в диалог, участники коммуникации всегда предполагают достижение какой-либо цели: обмен информацией, поддержание знакомства, решение деловых вопросов. Для каждой из этих целей в культурном коде общества закреплён достаточно устойчивый стереотипный образ поведения, манера самоподачи, диалога. При этом важная регулятивная роль отводится эмоциональным реакциям участников коммуникации.



Эмоции, по словам Дэниела Гоулмана, автора мировых бестселлеров «Эмоциональный интеллект» и «Эмоциональный интеллект на работе», – важнейшая адаптивная способность человека.

Приспособление к какой-либо ситуации всегда связано с переживаниями, т.е. эмоциями, которые сигнализируют человеку, насколько успешно протекает коммуникация.

В деловой сфере, как и в любой другой ситуации общения, **функция эмоций – наиболее комфортное и эффективное достижение взаимодействия между людьми для реализации целей коммуникации.** Однако в области бизнес-отношений деловые контакты, как правило, менее экспрессивны, а общение предполагает нейтральный эмоциональный фон. Акцент переносится с системы взаимоотношений между людьми на систему взаимоотношений между статусами.

Неопределенность статусно-ролевых характеристик участников коммуникации создает ненужное напряжение, препятствуя продуктивному профессиональному общению. Статусно-ролевые характеристики отражены во внешнем облике человека (его манере самоподачи – жестах, мимике, речи, costume).

Учитывая, что около 83% ощущений, которыми мы познаем окружающий мир, приходится на органы зрения, основную информацию мы получаем за счет визуальных впечатлений. В деловом общении, ориентированном на реше-

нии конкретных задач, противоречие между внешним обликом и ситуацией воспринимается как недостаток опыта делового общения и низкая коммуникативная компетентность. В свою очередь, высокий уровень эмоционального и, следовательно, социального интеллекта расценивается как признак профессионализма.



Визуальная самоподача в процессе общения представляет собой систему из 3 компонентов:

– наименее изменяемый элемент внешнего облика – физические данные, или так называемый «габитус» (от лат. *Nabitus* – «внешность», «наружность»). К нему относятся пол, возраст, рост, вес, телосложение, особенности телосложения, строение лица.

– второй компонент – **кинесика** (жесты, мимика, особенности походки, манеры, речь и пр., другими словами, индивидуальный социальный опыт, проявляемый в процессе общения невербально).

Невербальное поведение делится на произвольное и осознанное (произвольное). Произвольная кинесика в большей мере поддается корректировке и контролю в процессе обучения (например, в результате работы над тембром голоса, пластикой, исправлением осанки). Произвольная кинесика практически неизменна, может меняться естественным образом в течение жизни.

При встрече с человеком кинесика оценивается в первую очередь. Это объясняется тем, что в жестах, мимике, походке проявляются эмоции человека, его переживания, намерения.

– третий компонент самоподдачи – **костюм**. К нему относятся не только одежда, обувь, но и макияж, прическа, очки, аромат, любые аксессуары, предметы, которые человек использовал для создания собственного имиджа.

Костюм – наиболее изменяемый компонент. Он может до определенных пределов скорректировать недостатки или несовершенства визуального впечатления от первых двух элементов.

Согласно исследованиям психологов, **наиболее значимым элементом даже при осознанной самопрезентации остается кинесика**, которая задает эмоциональ-

ную выразительность и формирует начальное впечатление об участниках коммуникации.

На втором месте по значимости элемента находится костюм, который, таким образом, представляет собой **наиболее доступный и простой способ коррекции**. Основная цель коррекции – создание гармоничного визуального впечатления.

Внешние физические данные в деловом общении стоят на третьем последнем месте по важности, существенно уступая кинесике и костюму.

Тем не менее, следует помнить, что уровень развития и осознанности трех указанных подсистем (габитус, физические данные, костюм) может различаться. Человек, владея языком жестов, может плохо разбираться в визуальных знаках и композиции костюма или его внешний вид может резко контрастировать с речью. В этом случае в соответствии с **«правилом информативной доминантности неадекватного элемента»** приоритетное значение при оценке самоподачи участника коммуникации несет элемент, отличающийся от двух прочих в худшую сторону. Это правило будет рассмотрено подробнее позже.

Любая ситуация общения протекает в заданных рамках с определенной целью. Рамки и цели коммуникации формируют ее участники. Осознанная активная позиция участников делового общения позволяет снизить возможные барьеры коммуникации, максимально эффективно решить про-

фессиональные вопросы, не отвлекаться на посторонние эмоции. Внешняя самопрезентация в этой связи может либо способствовать комфортному общению, либо – напротив – сослужить плохую службу. Возможно, вам знакома ситуация, когда внешний облик кого-либо из участников мероприятия настолько резонировал с предполагаемыми ситуацией нормами и требованиями, что вызывал лишние неприятные эмоции досады или даже сочувствия у аудитории или партнера и неловкости у виновника оплошности.

Визуальная компетентность и осознанность визуального впечатления помогают избегать таких неприятностей. Развитие этих навыков свидетельствует о высоком уровне эмоционального интеллекта, т.е. умении понимать и управлять своими эмоциями с учетом реакции окружающих для реализации собственных целей в процессе общения.

Как правило, люди с высоким уровнем эмоционального интеллекта владеют навыками эффективной самопрезентации и коррекции внешнего образа.

Условно можно выделить 4 базовых типа самопрезентации, различающиеся по уровню визуально-коммуникативной компетентности (показатель К) и степени осознанности (рефлексии) впечатления, производимого внешним видом человека (показатель Р).



Четыре базовых типа самопрезентации



К – визуально-коммуникативная компетенция

Р – уровень рефлексии (осознанности)
человеком визуального впечатления



Индивиды с высоким уровнем эмоционального интеллекта владеют эффективными способами самопрезентации и коррекции внешнего образа



Уровень визуально-коммуникативной компетентности (показатель К) подразумевает наличие у человека интереса к своему внешнему виду и самоподаче, знаний о цветовых сочетаниях, композиции и пропорциях костюма, умение гармонично сочетать элементы одежды, обувь и аксессуары с учетом особенностей фигуры, пола и возраста, знакомство с актуальными тенденциями. Другими словами, **человек с высокой визуальной компетентностью «знает, что ему идет» и уделяет внимание внешнему виду.**

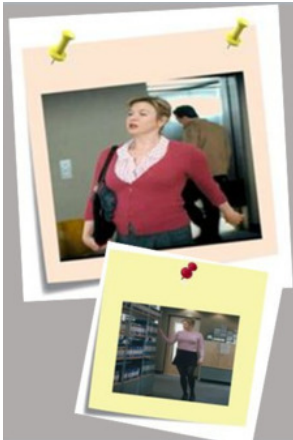
Степень осознанности производимого впечатления (показатель Р) говорит о том, насколько человек умеет учитывать реакцию окружающих людей на свою самоподачу, оценивать визуальные знаки и сообщения других участников коммуникации и требования ситуации в целом. Другими словами, по-

казатель Р (рефлексия) означает, что **человек знает «что надеть и как следует выглядеть» в своей коммуникативной роли.**

1 тип – «некомпетентный / нерефлексивный»

Люди такого типа наименее успешны в визуальной самоподаче. Они не обладают достаточной визуально-коммуникативной компетенцией и имеют низкий уровень развития рефлексии, т.е. не понимают, что им подходит, не уделяют внимание внешнему виду, не могут оценить реакцию окружающих людей на свою самоподачу, а также учитывать требования ситуации.

Такой тип людей в процессе общения (межличностного приспособления) сталкивается, как правило, с серьезными трудностями. Они независимы от внешних оценок, но неорганизованы, не уверены в себе, могут быть амбициозны, однако мотивация не осознана.



1 тип: **К-Р-**

некомпетентный / нерефлексивный

- не обладают достаточной компетенцией и рефлексией для успешной визуальной самоподачи
- могут испытывать трудности с адаптацией в коллективе, не коммуникабельны
- склонны к конформизму, недоверчивы, иногда индифферентны, безынициативны
- в ситуациях конфликта проявляют неконструктивную критику, демонстрируют негативное отношение к правилам, ограничениям



2 тип – «компетентный /нерефлексивный»

Отличается высоким уровнем компетенции и низким рефлексии. Они интересуются своим внешним видом, основываются на собственных представлениях о моде и стиле, не ориентируются на внешнюю оценку, считают себя экспертами в вопросах самоподачи и общения. С точки зрения психоэмоциональных особенностей и личностных качеств – отличаются сниженным уровнем социальной зрелости, ответственности, самоконтроля, склонны к спонтанным эмоциональным реакциям, экспрессивны. Любят давать советы, консультировать, направлять окружающих, проявлять инициативу. Настаивают на своем, не конформисты.

Как правило, это искренние, остроумные, но эгоцентричные личности, способные легко и убедительно говорить,

иногда самоуверенные и самонадеянные, независимые. Амбициозные, но недостаточно компетентные.



2 тип: **K + P -**

компетентный / нерефлексивный

- отличается высоким уровнем компетенции и низким рефлексии
- стремление к эффективному, адекватному межличностному общению
- снижен уровень социальной зрелости, ответственности, склонны к спонтанным эмоциональным реакциям, экспрессивны
- любят давать советы, направлять окружающих, проявлять инициативу
- обычно коммуникабельные, эгоцентричные личности, иногда самоуверенные и критичные
- активные, независимые, не конформисты



3 тип – «некомпетентный / рефлексивный»

Такие люди осознают особенности своего внешнего вида и требования ситуации, но не обладают нужной компетентностью, не владеют необходимыми навыками, что делает их визуальную самоподачу недостаточно эффективной.

Индивиды, относящиеся к данному типу, проявляют интерес не к внешнему виду, а ориентированы на понимание интересов, эмоций, переживаний и мотивов других людей. Восприимчивы и часто обеспокоены реакцией окружающих людей на их самоподачу, однако сами не в достаточной мере понимают значение визуальной компетентности для выстра-

ивания продуктивного общения и поддержания своего профессионального имиджа.

Это скорее интеллигентные, искренние, неформальные люди, обычно исполнители, сконцентрированные на выполнении порученных задач. Их профессия редко связана с коммуникативными видами деятельности, поэтому во внешнем виде может проявляться отсутствие навыков самоподачи из-за недостаточного опыта делового общения. При этом для них характерна социальная зрелость, чувство ответственности, предусмотрительность и рассудительность. Они наблюдательны, восприимчивы, проницательны. Перспективы карьерного роста могут ограничиваться исполнительскими функциями.


3 тип: *K - P+* некомпетентный / рефлексивный

- осознают особенности своей внешности и принимают требования ситуации к внешнему виду, однако отсутствие компетенции и навыков препятствует эффективной самопрезентации
- эмоциональны, восприимчивы, наблюдательны
- в общении ориентированы скорее на личностные качества, чем на внешний вид
- характерны чувство ответственности, предусмотрительность и рассудительность, интерес к внутренним ценностям





4 тип – «компетентный / рефлексивный»

Такие сотрудники отличаются высокой компетенцией и высокой рефлексией. Для данного типа визуальной самоподачи характерна адекватность и эффективность в межличностном общении и достаточно высоко развитые социальные навыки, самоуверенность в личностных и социальных взаимоотношениях, чувство собственного достоинства, обладают высоким эмоциональным интеллектом и адаптивным социальным поведением, продуктивны, эффективны, уравновешенны, организованны, профессиональны.



**4 тип: $K + P +$
компетентный / рефлексивный**

- высокая компетенция и рефлексия на визуально-коммуникативном уровне ($K + P +$)
- адекватность и эффективность самопрезентации
- высоко развитые социальные навыки и эмоциональный интеллект
- уверенность в себе, чувство собственного достоинства, гибкость и адаптабельность в социальном поведении
- продуктивность, организованность, самоконтроль



Таким образом, тип визуальной самопрезентации связан с рядом индивидуально-психологических и профессиональных особенностей человека. Внешний облик работника оце-

нивается как невербальный индикатор уровня визуальной компетентности и осознанности.

Прослеживается связь между успешной самопрезентацией и эмоциональным интеллектом и усилиями личности. Индивиды с высоким уровнем самоконтроля и организованности имеют высокие показатели управления производимым впечатлением, гибкое адаптивное поведение в соответствии с конкретной ситуацией. Таким людям свойственно отслеживать свое поведение и реакцию окружающих. Они ориентированы на восприятие визуальных знаков самопрезентации других и активное пополнение собственного набора методов и навыков для создания желательного образа.

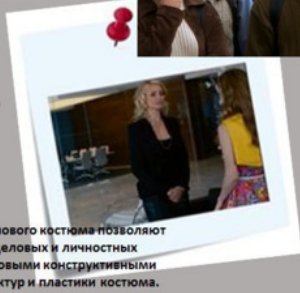
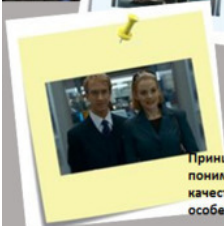
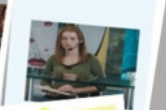
И, наоборот, поведение плохо управляющих собой индивидов, не меняется в зависимости от ситуации или предполагаемой коммуникативной роли. Они склонны к выражению своих внутренних чувств и хуже адаптированы, их деловые качества не получают должного визуального оформления, а перспективы роста затруднены.



Цель визуально-коммуникативного метода - УПРАВЛЕНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕМ

- успешная самоподача
- эмоциональный интеллект
- волевые усилия
- адаптивное поведение
- интерес к окружающим
- контроль над эмоциями
- информированность

Принципы построения композиции делового костюма позволяют понимать визуальную информацию о деловых и личностных качествах человека, передаваемую базовыми конструктивными особенностями, сочетанием цветов, фактур и пластики костюма.



В повседневном межличностном общении люди также редко осознают, какую зрительную информацию несет представляемый ими образ. В следующих уроках вы познакомитесь с принципами построения композиции делового костюма, позволяющими передавать и понимать такую информацию о деловых и личностных качествах человека посредством анализа базовых конструктивных особенностей, сочетания цветов, фактур и пластики костюма.

Контрольный тест:

«Имидж-анализ: деловой костюм»

Определите уровень визуально-коммуникативной компетенции и рефлексии производимого впечатления персонажей популярных фильмов.

Глава 2. Основной принцип делового костюма


В деловой сфере, ориентированной прежде всего на реализацию целей, внимание участников коммуникации переносится с межличностных отношений на решение конкретных вопросов. Контакты, как правило, менее экспрессивны, а общение предполагает поддержание рабочей атмосферы для продуктивной работы. По мере повышения степени консервативности встречи или мероприятия правила и требования, заданные ситуацией общения, предусматривают увеличение статусности внешнего вида и костюма, т.е. визуальных признаков, ассоциирующихся с соответствующим социальным статусом человека.

Согласно общему правилу, повышение статусности костюма предполагает отказ от индивидуализированных, детализированных, характерных особенностей в сторону большей строгости, лаконичности, безупречности форм. Индивидуализированный образ, гармоничный для делового общения на уровне креативных видов деятельности, не подходит для компаний с высоким уровнем консервативности. Высокая информативность композиции костюма проявляется в разнообразии линий, фактур, цветовых сочетаний, создавая возможность для более экспрессивной, эмоциональ-

ной самоподачи личности.

Для делового костюма высокой степени консервативности характерно – наоборот – снижение визуальной эмоциональности: образ приближается к универсальному, идеализированному, с минимумом визуальных знаков, становится не информативным с точки зрения разнообразия элементов. Здесь особое значение приобретает контраст, сочетание фактур, качество ткани. Высокая визуальная компетентность самоподачи внешнего вида предполагает сдержанность, уверенность, организованность.


Другими словами, по мере возрастания степени консервативности визуальной самоподачи уменьшается количество информации, передаваемой внешним видом и костюмом.

 **Основной принцип делового костюма:**

меньше визуальной информации -
выше статусность


- безупречность
- нейтральность
- неэмоциональность
- лаконичность
- организованность
- компетентность
- профессионализм

индивидуализированный образ



- характерность
- детализированность
- эмоциональность
- креативность
- ситуативность
- информативность
- естественность

идеализированный образ



Глава 3. Словарь делового костюма

Итак, основная задача визуальной самоподачи – осознанно сформировать образ с учетом требований ситуации и передать сообщение о себе другим участникам общения, т.е. визуальными средствами создать требуемое впечатление.

Визуально-коммуникативная компетентность предполагает владение тезаурусом (словарём) визуальных знаков, методов и навыков, которые позволяют выразить в костюме нужное впечатление, донести необходимую эмоцию или сообщить о деловом качестве.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.