

15 -МОДУЛЬ. ИМИДЖ ӘЛЕУМЕТТІК-ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ФЕНОМЕН РЕТІНДЕ

15 -ДӘРІС. ТҮЛҒАНЫҢ ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ПСИХОТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ

Оқытушы Айдосова Ж.

Имидж (ағыл. *image* — бейне, бейнелеу) — өнер ретінде мақсатты түрде адамның өзін, не бұқаралық ақпарат арқылы белгілі бір зат немесе адам жөніндегі керек мәліметті бейнелеп керсету.

Адамда сана-сезім, “Мен” сезімі пайда болғаннан бері және басқа біреуді өзіне тән қабылдау қабілеті қалыптасқаннан бері, имидждік сұрақтар пайда болады: мен басқа біреудің көзіне қалай көрінемін? Ол мен туралы не ойлайды?

Қалай бағалайды? Салыстырмалы түрде, ерте адамзат тарихында да, имиджге тән жұмыспен айналысатын мамандар ерте пайда болды. Имиджтің бірінші теоретигі ретінде Макиавеллиді санайды.

Адамның имиджі – ол оның әлеуметтік эгосы. Біз әрқашанда өзіміздің жақындарымыздың көз алдында болғымыз келеді, сонымен қатар бөтен адамдардың көңілін аулағымыз келеді, жақындарымызға өзіміз туралы жақсы ой қалдырғымыз келеді, осының бәрі – туа біткен тілек.

Егер адам қоғамда көп уақытын өткізіп, соның өзінде оны ешкім байқамайтын болса, одан артық жазаны ойлап табу мүмкін емес шығар. Бір сәтке елестетіп көрелік, егер сіз кіргенде, сізге қарай ешкім бұрылмаса, сіздің сөзіңізге ешкім жауап бермесе, сіздің істеріңізге ешкім көңіл бөлмесе, мүлдем сіздің бар екендігіңізді елемесе, сіз өзіңізді қалай сезінетін едіңіз?

Адам (топ, ұжым) және оның сауда, саясат, әлеует жаққа бағытталған жұмыстарының нәтижесі: идеялары, тауарлары, қызметі, осының бәрі имидж объектісін құрады. Имидж объектісінің түсінігі оның мазмұнына қарай сәйкестенеді.

Имидж объектісі ретінде, біраз адамға белгілі бір әсер қалдыра алатын кез келген нәрсе саналады. Әсіресе әлеуметтік әсер өндіру қабілеттілігі имидж объектісінің негізгі қасиеті болып табылады. Сана-сезімінде берілген имидж объектісі қалыптасатын адамдар (мақсаттық топтар, тұтыну базар сегменттері, сайлаушылардың категориялары) – имидж субъектісі болып саналады. Ереже бойынша, имидж субъектісі ұжымдық болып келеді.

Алғашқыда, экономика саласында бұл түсінікпен практикалық аспектіде, кәсіпкерлік қызметпен айналысатын шетел экономисттері белсенді жұмыс істей бастады.

Алпысыншы жылдары американдық экономист Болдуинг айналымға «имидж» түсінігін енгізгені белгілі, сонымен қатар, оның іскер үлгерімділікте қажеттілігін негіздеді. Нәтижесінде имидж жаңа пайда бола бастаған саясаттанудың кару-жарағына айналды, оның мамандары имидждеуді өз жұмысының басты құрастырушысы ретінде қабылдаған болатын. Қазіргі заманда кәсіпкерлік және саяси іспен айналысатындарда имидж өтетін тауар болып есептелінеді. Кәсіпшілік имидждеудің үнемі өсіп жатқан сұранысына байланысты, «имиджмейкер» деген жаңа мамандықтың пайда болуына мүмкіншілік туды. Яғни, тұлғаның имиджін және әр түрлі іскер, саяси құрылымдармен айналысатын маман.

Имидж көп жағдайларда алғашқы сатысында, яғни жалпы мәліметті шолып өту кезеңінде пайда болады. Имидж аңдаусыз санада орналасады деп айтуға болады.

Сонда адамдардың оны түсінудегі тиімділігі неде және қандай себеппен ол адам санасында біраз уақытқа сақталып қалады? Имидж , нақтылы психологиялық өнім сияқты, құнды стереотип есебі ретінде алынады, сонымен қатар әлеуметтік құрылғы ретінде есептелінеді және талпындыратын арман болып саналады.

Имидж – ұлғайтқыш әйнек сияқты, адамның дербес және іскер қасиеттерін қоғамға әлдеқайда жақсы көрсетуге мүмкіндік береді. Соның арқасында күнделікті қарым-қатынасқа ыңғайлылық әкеліп, жұмыс орнында жағымды жағдай жасауға болады.

Менеджерлік қызмет ұйымдастыру мен клиенттермен жұмыс жасайтын адамның жағымды болмауына мүмкіншілік бермейді. Бүгінгі күнде, магнит сияқты тартымды менеджер болу өте қиын, бірақ сондай болуға тырыспайтын адамда одан да көп қиындықтар туындайды. Имиджеология – аса маңызды прагматикалық тәртіп. Блез Паскаль «көндіру тәсілі» мен «ұнау тәсілі» туралы жазған, және оның айтуы бойынша, соңғы тәсіл адамға ықпал етудің ең тиімдісі екен.

Имидждің Ф.Джевкинз белгілеген келесі түрлері болады:

- айналы – өзіміз туралы пікірге сай имидж,
- ағымдағы - сырт көзге тән имидж түрі,
- қалаулы – ұмтылатын имидж түрі,
- корпоративті – біртұтас мекеме имиджі.

Имиджді қалыптастыруда өзіндік мақсаттар болады:

- Психологиялық (өзі қалайтын бейнеге бағдарлық – ішкі мақсат);
- Прагматикалық (рөл немесе орын алуға бағдарлық – сыртқы мақсат).

Осы мақсаттар негізінде адам имиджін қалыптастыратын техникалар мен операциялар жиынтығын имиджмейкинг деп атайды. Ал сол операциялар арқылы имидж жасайтын адамды имиджмейкер деп атайды.

Әрбір имиджде ең алдымен тұлғалық қасиеттер айқындалуы қажет. «Мен» бейнесі қалыптасқан кезде адам өзіне қандай түс, қандай киім және қандай шаш үлгісі қажет екенін оңай түсінеді.

Ал «Мен» бейнесі неден құралады?

Адамның «Мен» бейнесі оның «өз-өзіне» бағытталған бағдарлар жиынтығы. Олар когнитивті (өзі туралы пікір, ойлар), эмоциялық (өзіне эмоциялық баға беру: жағымды/жағымсыз) және іс-әрекеттік (өз-өзіне бағытталған іс-әрекеттік реакциялар) бағдарлар. Бұл бағдарлар келесі құбылыстарда көрініс табады:

1. «Мен бейнесі» – адамның өзі туралы пікірі;
2. Өзін-өзі бағалауы – өз бейнесін аффективті бағалау, яғни өзінің нақты бір тұлғалық қасиеттерін қабылдау немесе қабылдамауына қатысты берілетін баға.
3. «Мен бейнесі» мен өзін-өзі бағалауы деңгейіне сәйкес қалыптасатын жүріс-тұрысы.

Адамның өзінің қабылдауының мазмұны ретінде оның дене бітімі, келбеті, қабілеттері, әлеуметтік қарым-қатынасы және басқа да тұлғалық қасиеттері болуы мүмкін.

Енді тереңірек жоғарыда аталып өткен бағдарлар туралы айтып кетейік.

Когнитивті бағдар: адамның объективті немесе субъективті көзқарасына сәйкес қалыптасқан өзі туралы дербес пікір, ойлар.«Мен» бейнесін қалыптастыратын тұжырымдамалар сан түрлі болуы мүмкін. Мысалы, «сенімді», «парасатты», «жомарт», «адал» және тағы басқалар.

Мұның барлығы нақты оқиға мен жағдайға қатысы жоқ дерексіз қасиеттер. Адамның жалпылама бейнесінің элементтері ретінде, бұл қасиеттер, бір жағынан, сол адамның іс-әрекетінің тұрақты сипаттамасы, екінші жағынан, өзіміздің ол адамды іріктеулі қабылдауымыз. Дәл осылай адам өзін-өзі қабылдау ерекшелігін өзін сипаттау барысында анықтайды.

Эмоциялық бағалау бағдары. Өзімізге берер сапа кейбір жағдайда өзгелердің бізге беретін бағасына сай болмауы мүмкін. Бұл жерде адам өзінің өзіне берер субъективті бағасын танытады.

Яғни, «Мен-концепциясы» адамның тұлғалық ерекшеліктерін сипаттау ғана емес, оларды бағалау және қатынастық қасиеттерінің жиынтығы. Мысалы, 40 жас біреу үшін күш жігердің арта түсетін шақ болса, біреу – қарттықтың бастамасы деп қабылдайды. Бойдың 170 см. ұзындығы кейбір ер азаматтарға жеткілікті болса, кейбіреулер бұл ұзындықты тым аз көреді.

Мұндай бағалаулардың көбісі тұрып жатқан әлеуметтік ортаның стереотиптерімен байланысты. Егер адам өзін-өзі ұсқынсыз санаса, ол өзгелердің оған деген негативті көзқарасын бақылайды (яғни солай көрінуі мүмкін). Мұндай жағдайда позитивті «Мен» бейнесін қалыптастыруда үлкен кедергілер болуы ықтималдылығы жоғары болады.

Адамның өзін-өзі эмоциялық бағалауының негізінде өзі туралы пікірлер жатады. Әр пікір адамда өзіне деген сезімдер мен нақты бір қатынас тудырады. Ол пікір-ойдың жағымды немесе жағымсыз күшіне

байланысты адамда өзін-өзі бағалау бағыты пайда болады. Адамның өзінің бағалығы туралы пікір-ойлары астында оның өзін-өзі бағалау дәрежесі жасырылған.

Ал, Сіз өзіңізді қалай бағалайсыз?

Төменде берілген 4 дөңгелектің біреуін таңдаңыз. Олардың пішіні мен көлемі, түстері мен арақашықтығы бірдей. Еш айырмашылықтары жоқ.



Егер сіз сол жақтан бірінші тұрған дөңгелекті таңдасаңыз, сіз өзіңізді тым асыра бағалайсыз. Өзіңізге берген жоғары баға шынайы қасиеттеріңізге және қабілеттеріңізге сай болмауы мүмкін.

Егер сіз 4-ші тұрған дөңгелекті таңдасаңыз, сіз өзіңізді төмен бағалайсыз. Қабілеттеріңіз бен жақсы қасиеттеріңіз өзіңіз ойлағаннан да көбірек және дамыған.

Егер сіз ортасында орналасқан екі дөңгелектің бірін таңдаған болсаңыз, сіз өзіңізді шынайы жағдайға сай бағалайсыз. Бірақ сол жақтағы ортаңғы дөңгелек – асыра бағалауға бейімділік, оң жақтағы ортаңғы дөңгелек – төмен бағалауға бейімділік.

Бұл тест нәтижесі сізде сұрақтар туғызды ма? Демек, өзіңіздің «Мен» бейнеңізді жіті зерттеу сіз үшін үлкен жаңалықтарға толы.

Іс-әрекеттік бағдар.

Іс-әрекеттік тұрғыда адам көп жағдайда әлеуметтік орта талаптарына сай іс-қимыл танытады. Ол оның шынайы өзіндік бағалауы мен ой-тұжырымдарына сәйкес болмауы мүмкін. Кейде, өз-өзіне сенімсіз адам көпшілік алдында өзін тым еркін ұстап, өз-өзіне сенімді кейіп танытуы мүмкін.

Бұл ішкі үрейлерді гиперкомпенсация деп атайды, яғни ол адам сол орта талаптарына сай ішкі үрейлерін жасырып, қалаулы іс-әрекет танытады. Дегенмен, адамның ішкі «Мен» бейнесінің өмірдегі табыстылығына әсері өте зор.

Сондықтан, имидж қалыптастыру адамға өзін-өзі қайта жағымды бейнеде қабылдау болып табылады.

Енді, «имидж неден құралады?» - деген сұраққа жауап іздеп көрейік.

Алдымен дәл қазір өз имиджіміз туралы ойланып көрейік. Қолыңызға қағаз бен қаламсап алып, келесі сұрақтарға жазбаша жауап беріңіз.

1. Айналаңыздағы адамдар сізді қандай сырт пішініңізден тани алады?...

2. Сіздің не айтқаныңызға және қалай айтқаныңызға байланысты адамдар Сізді қалай анықтайды?...

3. ЫМ-ишара, қимыл-қозғалыс, жүріс-тұрысыңыздың қандай ерекшеліктері айналаңыздағыларға Сіз туралы ақпарат береді?....

4. Сіз ұстайтан қандай заттар Сізді айқын сипаттайды?...

5. Қандай іс және қалай істегеніңіз бойынша адамдар Сізді анықтай алады?...

Бұл сұрақтарға жауап іздеу оңай болды ма немесе қиынға соқты ма?

Егер қиындықтар туындаған болса, сіз дұрыс бағытта келесіз! Себебі сіз өз-өзіңізді тану саяхатына аттандыңыз! Осы сұрақтарға толық жауап тапсаңыз, ары қарай өзіңіздің имиджіңізді берілетін ақпарат бойынша қалыптастыру қиындық туғызбайды.

Имиджді құрайтын құбылыстар:

- Вербалды имидж: тіл байлығы, сөйлеу мәнері, дауыс ырғағы. Сөз әрқашан сенімді, мазмұнды және ой толғатарлық болуы қажет.

- Материалдық имидж: гаджеттер, машина, пәтер, интерьер және т.б.

- Кинестетикалық имидж: еңсе, жүріс-тұрыс.

- ЫМ-ишара: күлкі (жымию), қабақ түю, байсалдылық таныту. Әр адам нақты бір эмоция білдірген кезде, өзінің түр келбеті қалай өзгертетінің жақты білуі қажет.

- Сыртқы келбет: шаш үлгісі, киім, макияж. Шаш пен тырнақ күтімі, макияждың уақыт пен жағдайға сай болуы өте маңызды.

-



Алдыңыздағы адам туралы пікір алғашқы 30 секунд ішінде қалыптасады деген түсінік бар. Бұл дегеніміз, алғашқы 30 секунд ішінде өзіміздің кім екендігімізді таныта білуіміз қажет. Сіздің бейнеңіз аяқасты, тұрақсыз болмасын. Алдын ала өзгелерге өзіңіздің қай сырыңызды танытқыңыз келеді, шынайы болмысыңыз қандай екенін анықтап алыңыз. Жасандылық тез анықталып, сіздің абыройыңызды төмендетуі мүмкін.

Қорытынды: Сонымен, бүгін біз имидж дегеніміз не, оның қандай түрлері мен мақсаттары бар, ол «Мен» бейнесіне қалай қатысты, және оны қалыптастыру үшін нені білу қажет екендігі туралы сөз қозғадық.

Дәріске берілген тест сұрақтарын орындап, өз біліміңізді бағалаңыз.

Атыңызға затыңыз сай жүрсін!

15-дәріс бойынша тексеру сұрақтары, сіз өз біліміңізді тексеріп, бекіте аласыз:

- 1.Имидж түсінгін талдаңыз
- 2.Имиджмейкер деген кім?
- 3.Имиджді қалыптастырудың психологиялық тәсілдерін атаңыз
4. «Мен» бейнесі неден құралады?
- 5.Имидждің қандай түрлерін білесіз?

Ұсынылатын әдебиеттер:

Негізгі:

1. В.Г. Горчакова. Имидж. Розыгрыш или код доступа. -М., 2007
2. А.Ю. Панасюк. Формирование имиджа. -М., 2007
3. А.Ю. Панасюк. Я- Ваш имиджмейкер и готов сформировать ваш профессиональный имидж. -М., 2004
4. Е.Б. Перелыгина. Психология имиджа.- М., 2002
5. В.М. Шепель. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. -М., 1997

Қосымша әдебиеттер:

- 1.Биекенов К., Садырова М. Әлеуметтанудың түсіндірме сөздігі. — Алматы: Сөздік-Словарь, 2007. — 344 бет
- 2.Қазақстан: Ұлттық энциклопедия. 4-том — Алматы «Қазақ энциклопедиясы» Бас редакциясы, 1998
3. К. Фопель. Технология ведения тренинга. М.: Генезис, 2007
- 4.И. Шевцова. Тренинг тренеров: 9 дней личностного роста. Речь, Санкт - Петербург, 2008
- 5.И. Шевцова. Упражнения и рекомендации для тренинга личностного роста., Речь, Санкт - Петербург, 2007

Интернет ресурстар:

- 1.<http://www.psychology.ru>
- 2.<http://www.flogiston.ru>
- 3.[http://www.colorado.edu/VC Research/integrity/human research/CITI.htm](http://www.colorado.edu/VC%20Research/integrity/human%20research/CITI.htm)
- 4.Cyber Bear (<http://cvberbear.umt.edu>)
5. hs.umt.edu > psychology