

ИМИЖ ВА ИЖТИМОЙ ФИКРНИНГ УЙЎУНЛИГИ ХУСУСИЯТЛАРИ

Ғуломжон Самадов,

Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги
Давлат бошқаруви академияси мустақил тадқиқотчиси

Аннотация

Ушбу мақолада имижнинг мазмуни моҳияти ва бугунги кундаги зарурати илмий таҳлил қилинган. Шу билан бирга имижнинг лидер фаолиятидаги аҳамияти очиқ берилган. Имижнинг бошқарувдаги ўрни ва роли, унинг функциялари ва лидернинг ундан фойдаланиш технологиялари кўрсатиб берилган. Имижнинг сайлов кампанияларида сиёсий номзодларнинг овоз олишидаги аҳамияти таҳлил этилган.

Калит сўзлар: имиж, сиёсий технологиялар, сиёсий лидер, сиёсий рақобат.

ОСОБЕННОСТИ ГАРМОНИЧНОСТИ ИМИДЖА И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Аннотация:

В данной статье научно анализируются суть и содержание имиджа и его современная актуальность. Вместе с тем раскрывается значимость имиджа в деятельности лидера. Показаны место и роль имиджа в управлении, его функции и технологии его использования лидером. Анализируется важность имиджа в получении голосов политическими кандидатами в ходе избирательных кампаний.

Ключевые слова: имидж, политические технологии, политический лидер, политическая конкуренция.

THE ROLE OF POLITICAL IMAGE IN A POLITICAL PROCESS

Summary:

This article highlights the place and role of political image in the struggle for political power. It shows the importance of the political image and the mechanisms of its application during competing political campaigns for the political leader. It analyses whether the positive characteristics of the political leader are promoted among the public, and the expectations of citizens are reflected.

Key words: political image, political leader, political campaign, political technology

Имидж - бу бренд, муассаса ёки одамлар ҳақидаги тасаввурлар. Саноат инқилоби, глобаллашув, оммавий маданият, технологиянинг жадал ривожланиши каби омиллардир.

Деярли ҳар бир соҳада катта рақобат мавжуд бўлган бугунги кунда ўхшашликларни фарқлаш орқали иш берувчи, мижоз, истеъмолчи, сайловчи эътибор бериш зарурати пайдо бўлди. Рақобатчилардан ажралиб туришнинг йўли уларнинг сиз ҳақингизда фикрларини бошқаришдир. Ўзига хосликка эга бўлган ва истеъмолчини ишонтирган киши ғалаба қозонади.

Имиж ўз-ўзидан шаклланади, лекин ўз-ўзидан яратилган имиж алоҳида шахслар ёки муассасаларга ҳеч қандай фойда келтирмайди ва керакли даражада самарали бўлмайди. Шу сабабли, ўтмишдан ҳозирги кунгача турли соҳаларда имиж тадқиқотлари олиб борилди. Имиж бугунги дунёда савдо, сиёсат, маданият, кино, қисқача айтганда ҳаётнинг ҳар бир бурчагида муҳим ўрин тутаяди. У бугун шу даражага етдики, оммавий ахборот воситаларидан ташқари, аввало, одамларнинг ташқи кўриниши, сўзлашув тарзи ва бошқа унсурларига эътибор қаратилади¹. “Одамни кийими билан кутиб олади, характери билан кузатиб кўйишади” деган мақол бежизга айтилмаган.

Имиж омилини қамраб олувчи бир нечта элементлар мавжуд. Булардан биринчиси визуалликдир. Телевидение билан бошланган визуал жамият жараёни бугунги кунда интернет ва ижтимоий медиа билан ҳаётимизнинг барча жабҳаларида ҳукмронлик қилмоқда. Бугун америкалик рассом Энди Уорхолнинг “бир кун ҳамма 15 дақиқага машҳур бўлади, деган гаплар тўғри бўлди шекилли”². Ҳеч қандай малакага эга бўлмаган одамлар ҳам ўзларининг ташқи кўриниши билан бошқалардан ажралиб турадиган имиж яратиш орқали машҳур бўлиб, ҳатто пул ишлашмоқда.

"Кўз ва мия орасидаги нервлар кулоқ ва мия орасидаги нервлардан 20 баробар кўп. Бу дунёни визуал зичлик сифатида қабул қилиш имконини беради. Шу сабабдан янги танишганларнинг исмлари унутилади, юзлари ёдда қолади. Юз расм бўлиб, мияда визуал тасвир сифатида кучлироқ қайд этилади.

Мияда сақлаш ва эслаб қолиш осонроқ. Бу телевизор нима учун радиодан кучлироқ эканлигини тушунтиради. Ҳатто хитойликлар ҳам “Бир расм минг сўзни ўрнини қоплайди”, дейишади.

"Визуал тасвирлар шунчалик самаралики, биз кўзимиз бизга кўрсатган нарсага ишонамиз. Агар ишончимиз комил бўлмаса, уни кейинроқ синаб кўришимиз мумкин.”

"Имижнинг қўшимча жиҳатларига инсоннинг асосий фаолияти эмас, балки унинг муқобил фаолиятининг параметрлари киради. Лидерлик феноменининг якуний тавсифи

¹ Халитова, Е.Ю. Политический имидж политика в контексте концепции харизматического лидерства / Е.Ю. Халитова, Е.А. Слинко // Среднерусский вестник общественных наук. — 2017 №5. — С. 165.

² <https://www.arthipo.com/andy-warhol-en-gb/>

учун уни ўраб турган мухитнинг лидерлик жараёнига таъсир қиладиган ёки акс таъсирини бошдан кечирадиган жиҳатларини ажратиб кўрсатиш керак”³.

Баъзи тадқиқотчилар шахсларнинг сиёсий қиёфаси ҳақида ёзади⁴. Бироқ, бу тадқиқотчилар имижи масаласини коммуникация назарияси нуқтаи назаридан кўриб чиқадилар. Улар мулоқотнинг оғзаки (вербал), оғзаки бўлмаган (новербал), просодик (жозибали) ва визуал жиҳатларини таҳлил қилиб, сиёсатчиларнинг муваффақиятли имиж учун лингвистик ва экстралингвистик мезонларни аниқлайдилар:

- синтактик ва лексик даражаларда акс эттирилган индивидуал услубнинг ўзига хос хусусиятлари;

- оғзаки маълумотларни имо-ишоралар ва қўл ҳаракатлари орқали узатиш;

- сиёсатчи нутқининг просодик хусусиятлари;

- просодик нутқ хусусиятларининг ва ишлатилган имо-ишораларнинг семантикаси ўртасидаги ўзаро боғлиқлиги;

- сиёсий кун тартибини шакллантиришда визуал воситалар ва артефактлардан фойдаланиш самарадорлиги.

Тадқиқотларга кўра, бир-бирини биринчи марта учратган одамларнинг 90 фоизи ташқи кўринишига қараб, ҳукм чиқаради. Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, биринчи таассуротларнинг 50 фоизи ташқи кўринишга асосланади⁵.

Бугунги кунда одамлар ҳеч қачон улар билан гаплашмасдан, ташқи кўринишига қараб баҳоланади. Ушбу дастлабки қарорлардан кейин халқ томонидан берилган хабар баҳоланади. Айнан шунинг учун ҳам одамнинг қиёфаси хабарни бошқа томон тарафидан идрок этишда муҳим рол ўйнайди.

Имиж - бу шунчаки шахснинг қиёфаси эмас, шунингдек, у шахсий фазилатларни ҳам ўз ичига олади. Биринчи элемент визуалликка асосланган бўлса-да, бошқа элементлар ҳам керак. Тасвирни реклама деб ҳисоблаш керак ва бу реклама яхши сифатларнинг ташқарида намоён бўлишини таъминлайди⁶. Тасвир одатда объект, шахс, муассаса, бренд, мамлакат ва ҳоказоларни англатади. Бу идрок масаласидир.

Имиж - бу одамларнинг ўрганиш ва идрок этиш жараёни охиридаги баҳолари. Имиж шунингдек, одамларнинг объект, шахс ёки муассаса ҳақидаги қарашлари ва мулоҳазаларини акс эттиради.

³ Мелокнян, Н.А. Социологические исследования как условие эффективности технологий политического имиджмейкинга / Н.А. Мелокнян // Социология и право. — 2012 №2 (12). — С. 7.

⁴ Кудинова, Е.С. Лингвистические и экстралингвистические критерии успешности имиджа современных политиков / Е.С. Кудинова, Е.А. Юкляева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2021 №4 (846). — С. 99.

⁵ Надточий, З.Ю. Концептуальное оформление имиджологии / З.Ю. Надточий // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2019 №10 (1). — С. 119.

⁶ Eleri Sampson. The image factor : a guide to effective self-presentation for career enhancement. Kogan Page, London, 1996. 127.б.

Имиж - ҳаётнинг ҳар бир даврида учрайдиган тушунча. Оммавий ахборот воситаларининг имиж шаклланишидаги таъсирини эътибордан четда қолдириб бўлмайди. Одамлар ОАВда нима урф бўлса, шунга эга бўлишга интилади. Ўз имижини шунга қараб шакллантиради. Кундалик ҳаётда имиж яратиш концепцияси яхши йўлга қўйилган. Оммавий ахборот воситалари эса бу тушунчаларнинг турли йўллар билан одамлар ҳаётида қолишини таъминлайди.

Имиж нафақат бугунги глобал дунёнинг элементи, балким тарихдан айрим императорлар ва давлатларни ҳам имжини кўтариш учун турли усуллардан фойдаланиб келинган. Бироқ, бугунги кунда унга кўпроқ аҳамият берилаётганини таъкидлаш керак. Имиж қадимги юнон цивилизациясидан то ҳозирги кунгача сақланиб қолган. Подшоҳлар ўзларини рақибларидан фарқлаш ва кўшинларини тан олиш учун бу тасвирдан фойдаланганлар. Бунинг учун пароходлар рангга бўялган, байроқлар кўтарилган, вагонлар ўз шахсиятини акс эттириш учун безатилган, трамвай ва поездлар рангланган.

Иккинчи жаҳон урушидан кейин телевидениенинг ривожланиши билан имижни бошқариш бўйича тадқиқотлар кенгайди. Бу даврда сиёсатчилар ва сиёсий партияларнинг имижини яхшилашга ҳаракат қилинди.

Сиёсий иштирокчилар ўртасидаги сиёсий тафовутлар камайиб, уларнинг ҳаммаси бир-бирига ўхшаб кетган тақдирда, энг муҳим фарқловчи хусусият унинг қиёфаси бўлиб қолади.