

## **СИЁСИЙ ЖАРАЁНЛАРДА СИЁСИЙ ИМИЖНИНГ РОЛИ**

Ғуломжон Самадов,

Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги  
Давлат бошқаруви академияси мустақил тадқиқотчиси

**Аннотация:** Бу мақолада сиёсий имижнинг сиёсий ҳокимият учун курашдаги ўрни ва роли ёритиб берилган. Сиёсий етакчининг сиёсий кампаниялардаги рақобатида сиёсий имижнинг аҳамияти ва уни қўллаш механизмлари кўрсатилган. Сиёсий етакчининг ижобий хусусиятлари омма тасаввурида ривожлантирилиши, фуқаролар истаган жиҳатлари кўрсатиб берилиши таҳлил этилган.

**Калит сўзлар:** сиёсий имиж, сиёсий етакчи, сиёсий кампания, сиёсий технология

## **РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ**

**Аннотация:** В данной статье освещаются место и роль политического имиджа в борьбе за политическую власть. Показаны важность политического имиджа и механизмы его применения при конкуренции политического лидера в ходе политических кампаний. Проанализирован процесс продвижения в общественном сознании позитивных характеристик политического лидера, выражения ожиданий граждан.

**Ключевые слова:** политический имидж, политический лидер, политическая кампания, политическая технология.

## **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.

**Keywords:** political image, political leader, political campaign, political technology.

Сиёсий имиж – сайловчиларнинг, жамоатчиликнинг номзодга муносабати ва таассуротлари саналади. Йигирманчи асрнинг иккинчи ярмидан кейин оммавий ахборот воситаларининг ривожланиши ва тарқалиши одамларнинг стандартлашуви ва гуруҳ алоқаларининг заифлашишига олиб келди.

Сиёсий партияларнинг сайловолди ташвиқоти учун яратган дастури, сайловчиларнинг кун тартибига олиб келган масалалари, ваъдалари бир-бирига ўхшай бошлади. Сиёсий номзодлар орасидаги тафовутлар камайиб кета бошлади. Ўхшашликлардан эътиборни тортмоқчи бўлган номзод учун турли хил тасвир тадқиқотлари бошланди.

Сиёсий лидер имиж – сиёсий номзоднинг шахсий ва касбий хусусиятларининг оммага таъсири. Бугунги кунда сиёсий имиж сиёсатчилар томонидан мақсадли аудиторияга таъсир қилиш учун фойдаланилади.

Бу улар ишлатадиган муҳим қуролга айланди. Раҳбарлар ўзларининг имижлари туфайли ўзларини рақобатчилардан ажратиш турадилар. Сиёсий имиж яратишда тана тили, номзод ишлатган жумлалар самаралидир. Номзоднинг ўзига бўлган ишончи, одамлар билан мулоқоти, жиддийлиги, харизмаси, ишни яқунлаш қобилияти, малакаси, тажрибаси каби элементлар, тасвирнинг бошқа элементлари муҳим ҳисобланади<sup>1</sup>.

Сиёсий имижга номзоднинг воқеаларга муносабати ҳам киради. Сиёсий имиж бўйича маслаҳатчилар номзоднинг жамоатчилик олдида ижобий томонларини мустаҳкамлаш учун курашадилар.

Сиёсатчиларнинг шахсий қиёфалари билан бир қаторда, уларнинг партияларининг имиж – аҳамиятлидир. Сиёсий кампанияларда бир қарорга келмаган сайловчилар ва сиёсатга қизиқиши паст сайловчилар нишонга олинади. Расмий тадқиқотлар мақсадли аудиторияни ишонтиришда катта аҳамиятга эга. Бугунги кунда сиёсатчилар сайловчилар эътиборини жалб қилиш ва рақобатчилардан ажралиб туриш учун профессионаллар ёрдамида турли имиж тадқиқотларини олиб бормоқда.

<sup>1</sup> Дворковая, М.В. Политическая имиджелогия как наука и практика / М.В. Дворковая // Наука и современность. — 2014 №30. — С. 59.

Лидер образи сиёсатчилар учун ажралмас нарсага айланди. Бу сайловчиларни овоз беришга ундайди. Когнитив жихатдан ишончли сайловчи хатти-ҳаракат ўлчовига ўтади. Кейин, у раҳбарга, сиёсий ғояга, раҳбарлар ўзига хос имижга эргашади<sup>2</sup>.

Бир қарорга келмаган сайловчилар сонининг кўпайиши, партияларнинг институционализация қила олмаслиги, бир-бирига ўхшашлиги, лидерларнинг партиялардан кўра кўпроқ биринчи ўринга чиқиши, сайловчилар назарида сиёсий акторларнинг жозибадорлиги каби сабаблар муҳим рол ўйнайди. Номзодни илгари суриш ва ҳокимият тепасига келиши учун электорат қўллаб-қувватлашига бўлган эҳтиёж сиёсий имиж кампанияларини ташкил этиш заруратини келтириб чиқарди. Бу ҳолат лидерга қаратилган кампанияларнинг ривожланишига олиб келди.

Имиж феномени - бу сиёсатда сайловчиларда керакли тасаввурни яратиш учун профессионал одамлар томонидан ташкил этилган барча тадбирлардир. Сиёсий етакчилар ҳам, партия дастурлари ҳам ўз образларини мақсадли аудитория онгида ижобий образларга айлантиришга интилади. Ва улар профессионал сиёсий имиж тадқиқотларига мурожаат қилишади.

Номзод имижининг характер компоненти номзоднинг одамлар билан самарали мулоқот қила олиши, унинг темпераменти, бошқарув фазилатлари, ақл-заковати ва билими, ахлоқий тушунчаси, санкция кучи, тугатиш, давлат бошқарувидаги тажрибаси, аввалги фаолияти ва амалиёти каби фазилатлардан иборат.

Сиёсий номзодлар образини яратишда таҳлиллар натижасида турли қарорлар қабул қилинади. Сиёсий етакчи образини шакллантиришда партия имижи ҳам таъсир қилади.

Имижлар ҳақиқатни акс эттиришдан кўра, оммавий таассурот сифатида қабул қилинади. Сиёсий имиж – сиёсий номзоднинг шахсий ва касбий фазилатлари ўлчовидир<sup>3</sup>.

Бугунги кунда “имиж яратиш” сайловчиларнинг номзодлар ҳақидаги фикрларини номзод фойдасига қайта тиклашга қаратилган қайта ахборот жараёнидир. Бу жараёнда номзоднинг шахсий хусусиятлари сайловчиларга

---

<sup>2</sup> Viktor Orri Valgarðsson , Nick Clarke, Will Jennings and Gerry Stoker. The Good Politician and Political Trust: An Authenticity Gap in British Politics. Political Studies 2021, Vol. 69(4) 858.

<sup>3</sup> Телятник, Т.Е. Перспективы развития политической имиджологии / Т.Е. Телятник // Наука Красноярья. — 2016 №2 (25). — С. 16.

овоз бериш имкониятини берадиган фазилатлардан келиб чиқиб шаклланади.

Сайловчиларни партия раисларининг фаолияти, партия дастури ва низомига қарашдан кўра, партия раисларининг услуби, юриш-туриши, муомила маданияти, харизмаси, бежирим кийиниши каби жиҳатлари кизиқтирмоқда. Бу бир қатор омилларни кўриб чиқади. Бунда партия етакчисини ёқтирган сайловчи, партия етакчининг ғояларини яхши тушунмаса-да, унинг ташқи кўриниши ва оммавий ахборот воситаларида кўрсатилиши таъсирида бўлиши орқали овоз беришга олиб келиши мумкин. Сиёсий кампанияларда номзодлар ўз онгида идеал номзод қиёфаси билан дуч келган номзодлар қиёфаси ўртасида таққослаш олиб боради ва ўзлари учун идеал номзодни аниқлайди. Шунинг учун номзодлар сайловолди ташвиқоти олдидан идеал номзодни яратиши керак.

Шу боис номзодлар сайловолди ташвиқоти олдидан ўзлари яратиши керак бўлган имиж сатрларини аниқлаб олишлари ва сайловолди ташвиқоти давомида шу чизикларга мувофиқ ҳаракат қилишлари керак. Тасъирга йўналтирилган тадқиқотлар нафақат номзодлар учун ташвиқот пайтида олиб бориладиган ишлардир. Сайловдан кейин номзодлар имижни бошқариш масаласига еътибор беришлари керак.

Сиёсатчиларнинг фикрича, сиёсатнинг ярми имиж яратишдир. Иккинчи ярми - бу яратилган тасвирга одамларни ишонтириш санъати. Бугунги кунда “имиж яратиш” тушунчаси сиёсий адабиётга реклама агентликлари ва сиёсий партиялар ўзаро мувофиқлашган ҳолда фаолият юритувчи ташвиқот фаолияти сифатида кириб келди. Бу жараёнда баъзи хусусиятлар мустаҳкамланади ёки заифлашади.

Сиёсий етакчи учун яратилган образ ва етакчининг характери, қобилияти ўртасида параллеллик бўлмаса, у ҳақиқатдан узилиб қолиши мумкин. Масалан, жамият билан аралашиб қолишни ёқтирмайдиган сиёсатчи халқ билан аралашиб кетса, довдираб қолади. Бу ҳолатнинг оммавий ахборот воситаларида акс этиши эса сайловчиларнинг норозилигига сабаб бўлиши мумкин.

Агар прогноз қилинаётган тасвирлар қандайдир ҳақиқатга эга деб ҳисобланса, бу номзоднинг яхши акторлиги билан боғлиқ бўлиши мумкин ва у муваффақиятли яратган образ бу шахснинг ҳақиқий билими ва малакаси билан боғлиқ бўлмаслиги мумкин. Масалан, номзод чекланган тарихий билимига ва бу соҳада чуқур билимга эга бўлишига қарамай,

реклама берувчи томонидан тақдим этилган воқеаларга ишора қилиши мумкин. Бу унинг эгаси эканлигига ишонч ҳосил қилинади”.

Сиёсатчининг шахсиятига тўғри келмайдиган, ўхшаш тасвирлардан тез-тез фойдаланиш туфайли сунъий ёки такрорий бўлиб қолаётган тасвир кўрсаткичлари ва кодлари бугунги кунда сиёсий образлар истеъмолида хаёлий воқеликнинг ўрни шубҳа остига олинди.

Сиёсатчилар томонидан имижни қабул қилиш биринчи навбатда жамоатчиликнинг сиёсатдан кенг миқёсда узоқлашиши, иккинчидан, оммавий ахборот воситаларининг машҳур шахсларга мурожаат қилиши билан бошланди.

Сиёсатчиларнинг сиёсатга қизиқмасликлари, халқнинг сиёсатчиларни тинглашни истамаслиги, сиёсатчиларнинг халқдан ажралиб туриши, уларни “ҳокимиятни севувчи” сифатида қабул қилиш каби сабабларга кўра улар ўзлари учун янги имиж яратиш зарурлигини ҳис қилганлар. Сайловчилар хулқ-атворининг индивидуаллашуви билан янги жараён бошланди, мафкура, партияга содиқлик каби тушунчалар овоз бериш хулқ-атворида ўз таъсирини йўқотди<sup>4</sup>.

Замонавий даврда шахсиятга кўпроқ эътибор қаратилмоқда. Бу ҳолат сиёсатни ҳаяжонга солди ва номзодни сиёсий қарашлари ўрнига биринчи ўринга олиб чиқди.

Шуни, айтиш керакки, ҳокимият ресурслари давлатни бошқариш, фуқароларнинг хатти-ҳаракатларига таъсир кўрсатиш учун, лидернинг имижини шакллантириш каби сиёсий технологиялар эса жамоатчиликнинг фикрини бошқариш ва йўналтириш воситаси сифатида долзарблашиб бормоқда.

---

<sup>4</sup> Barrow S. Questioning Political Leadership, Nisan 04., 2015. [www.simonbarrow.net](http://www.simonbarrow.net).