



DAVLAT XIZMATIDA DAVLAT XIZMATCHILARINING FAOLIYATI VA BOSHQARUV KOMPETENSIYASI IMIJINI YARATISH SIYOSIY TEXNOLOGIYASI

Mardanov Sardorbek Zafar o'g'li

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti

Ijtimoiy Fanlar fakulteti Siyosatshunoslik yo'nalishi

Siyosat-22/A1 guruhi 3-kurs talabasi

E-pochta: davronovz73@gmail.com

O'zbekiston Respublikasi. Toshkent sh.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15227843>

ARTICLE INFO

Received: 31th March 2025

Accepted: 10th April 2025

Published: 16 th April 2025

KEYWORDS

Davlat xizmati, davlat xizmatchisi, boshqaruv kompetensiyasi, davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasi imiji, davlat xizmatchisi siyosiy imiji, siyosiy imij, imijeologiya, siyosiy texnologiya.

ABSTRACT

Mazkur maqolada davlat xizmatida davlat xizmatchilari faoliyatida va boshqaruv kompetensiyasida siyosiy imij texnologiyasini qo'llash zarurati bayon qilinadi. Ushbu siyosiy imij texnologiyasi va usullarini davlat xizmatchilari faoliyatida qo'llash orqali davlat xizmatchilarining boshqaruv kompetensiyasini rivojlantirishda siyosiy imij texnologiyasi roliga baho berish maqola markazida turadi. Mazkur maqolada sohaga oid xorijiy davlat tatqiqotchilarining asarlari va tatqiqot ishlari ham yoritib beriladi. Maqola ushbu tatqiqot mavzusini yoritish uchun siyosiy tatqiqotlarda foydalaniladigan bir qator usullar va texnologiyalardan foydalanadi. Maqola tahliliy va modellashtirilgan ma'lumotlar sharhi bilan bayon etiladi. Mazkur maqola keng ilmiy jamoatchilik uchun mo'ljallangan.

KIRISH.

Maqola mavzusining dolzarbligi. Bugungi zamonaviy davlat xizmati munosabatlarida davlat xizmatchilarining siyosiy imijini yaratish yoki ularning bunday imijga ega bo'lishi har bir davlatning davlat xizmatiga bo'lgan legitimlikni oshiradi va ushbu legitimlik asosidagi siyosiy tizim barqarorligi ta'minlanadi. Biroq mazkur davlat xizmatchilari imijini yaratish dolzarb muammo sifatida siyosiy tatqiqotchilarning ilmiy ishlari markazida turadi. Sabab har qanday siyosiy loyiha, strategik reja yoki dasturni yaratish iqtisodiy resurslar, ijtimoiy omillar va madaniy aktorlar bilan uzviy bog'liq hisoblanadi. Bu shuni anglatadiki, davlat xizmatchilari siyosiy imijini yaratish iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy omillarga ham siyosiy jarayon harakati nuqtalarida bog'liq hisoblanadi. Buni quyida keltirilgan manbalar bilan asoslashimiz mumkin:

Siyosatda neoinstitutsional yondashuv vakillari bu paradigmal fundamentni 5 ta nazariya yo'nalishlariga bo'ladi: Konseptualizm, reduksionizm, funksionalizm, utilitarizm, instrumentailizm. Bu nazariyalarning birinchisi bo'lgan konseptualizm nazariyasi "iqtisodiy

sharoit” ahamiyati va uning siyosiy qaror qabul qilish jarayonlaridagi tutgan rolini yoqlaydilar.¹ Yana bir daliliy manba sifatida amerikalik iqtisodchi va siyosatchi Adam Smitning “Ko’rinmas qo’llar” nazariyasida iqtisodiyot va siyosat bir-biri bilan dominant ekanligi ta’kidlanadi.² Bundan tashqari, amerikalik siyosatshunos Tolkatt Parsons, Devid Iston, Gabriel Almond, Sidney Verba, Pauell, Buyuk Britaniya davlati siyosiy fanlar doktori va siyosatshunosi Endryu Xevud hamda yana bir tatqiqotchi olim Xuan Lizlarning asarlarida “Ijtimoiy tizim” elementlari, “Madaniy tizim” elementlari, “Iqtisodiy tizim” elementlari halqasiga har qanday siyosiy texnologiyaning bog’liqligi tahlil qilinadi.³

Maqolaning dolzarbligi bu davlat xizmatchilari siyosiy imijini va ularning boshqaruv kompetensiyasi imijini mustahkamlash uchun xizmat qiluvchi tahliliy adabiyotlar va manbalarni kombinatsiyasini yoritish va uzviylikda aniqlash hamda ular asosidagi mavjud siyosiy texnologiyalarni va usullarni tatqiq etish hisoblanadi.

Maqolaning predmeti. Siyosiy imijni davlat xizmatchilari faoliyatida qo’llash bo’yicha taqiqotlar, davlat xizmatida davlat xizmatchilari siyosiy imiji va davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasi imijini tahliliy ko’rib chiqish hisoblanadi. Maqola predmeti definitsion jihatdan davlat xizmati, davlat xizmatchisi, davlat xizmatchisi siyosiy imiji, davlat xizmatchisining boshqaruv kompetensiyasi imiji va ushbu tushunchalar asosidagi davlat xizmati munosabatlaridagi barqaror muhit va aloqalarni ta’minlash hisoblanadi. Maqola tatqiqot ishining predmeti siyosiy imij texnologiyasi va davlat xizmatchisi faoliyati hamda boshqaruv kompetensiyasining kombinatsiyasi asosiy maqola predmetini tashkil etadi.

Maqolaning maqsadi. Davlat xizmatchilari faoliyatida siyosiy imij yaratish va buning ahamiyati hamda mazkur “Siyosiy imij yaratish” bo’yicha ilmiy taqiqotlar kombinatsiyasini yoritib berish maqola maqsadi hisoblanadi. Shuningdek, davlat xizmati munosabatlarida davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasi imiji va davlat xizmatchilari imiji korrelyatsiyasi hamda ularning bir-biriga nisbatan dominant aloqalari muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Maqolaning maqsadi hozirgi zamonaviy siyosiy taqiqotlarda ya’ni siyosatshunoslikda davlat xizmatida davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasini rivojlantirishda siyosiy imijning siyosiy texnologiya sifatidagi rolini ochib berish hisoblanadi.

Maqola vazifalari. Tatqiqot ishi bir qator ilmiy vazifalarni o’z oldiga qo’yadi:

- 1)Maqoladagi mavzuga aloqador barcha tushunchalarni izohiy va tahliliy asoslash;
- 2)Davlat xizmatchilari imijini yaratish borasidagi xorijiy ilmiy taqiqotlar sharhini keltirish;
- 3)Davlat xizmatida davlat xizmatchilari faoliyati imijini va boshqaruv kopetensiyasini yaratishda yuzaga keladigan muammolarga to’xtalish va muayyan yechimlar taklif qilish;
- 4)Davlat xizmatchilari imiji va boshqaruv kompetensiyasi imijini yaratish klasifikatsiyasini ilmiy-tatqiqot ishlari bilan yoritib berish;
- 5)Davlat xizmatchilari faoliyatida siyosiy imij yaratish va ushbu imijni davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasida ham shakllantirish zarurati, ahamiyati va dolzarbligini mazmunan hamda siyosiy taqiqot usullari orqali ochib berish hisoblanadi.

“Imij” so’zi fransuzcha tildan “image” boshqa tillarga kirib kelgan, jumladan, inglizchadan tarjima qilinganda, “obraz, timsol” degan ma’noni anglatadi. Tanishuvning dastlabki daqiqalaridayoq shaxsning imiji to’g’risida taassurot paydo bo’ladi. “Kimki tashqi ko’rinishi, o’zini tutishi, ravon va ma’noli so’zlash, xushmuomala fe’li, mehribonligi bilan o’zi haqida yaxshi imij yarata olsa, shubhasiz, u omad eshiklarini oson ocha oladi.” degan fikr ham

¹ Mirzaaxmedov K.M. Siyosat nazariyasi va metodologiyasi: Ma’ruza. 2024. – 1-2-b.

² Mirzaaxmedov K.M. Davlat boshqaruv asoslari: Ma’ruza. 2022. – 3-b.

³ Mirzaaxmedov K.M. Siyosiy jarayonlarning tizimli tahlili: Ma’ruza. 2023. – 5-6-b.

mavjud.⁴ “Imij” tushunchasining “Turli lingvistik, semiotik va psixologik ta’riflar bilan bog’liq – piktogrammalar, indekslar va belgilar.” degan ta’rifi ham mavjuddir. Shu bilan bir qatorda “Shaxsiy imij” tushunchasi ham mazkur imij tushunchasining elementi bo’lib bu – shaxsning individual bahosi va ijobiy tomoniga urg’u berish xususiyatlaridir Bunga uning shaxsiy muvaffaqiyati va shaxsiy salohiyati, shuningdek, yetakchi, individ sifatidagi o’ziga xosligi hisoblanadi.”⁵ Bu imij terminologiyasi izohiy sharhidir.

“Imijeologiya” (inglizcha “image” - qiyofa, tasvir, “logos” – ta’limot, fan) – a) odamlarni yoqimli va jozibali bo’lishga, insonlarga nur va yorug’lik yetkazishga undash; b) u insonning munosib shaxs bo’lishga qaratilgan ehtiyojini tashqi jihatdan namoyon etish; c) har bir fuqaroning oliyanob qiyofasi haqidagi orzu va unga ega bo’lish; d) ta’sir etish va manipulyatsion texnologiya.⁶

“Imij” tushunchasi o’z navbatida “siyosiy imij” tushunchasi xarakterini yaratib beradi hamda mazkur atama “siyosiy obraz” deb ataluvchi murakkab jarayonni yuzaga keltiradi.

“Siyosiy obraz” – siyosiy yetakchining, menejerning, rahbarning, davlat xizmatchisining ijtimoiy ongda shakllangan, stereotip xarakteriga ega bo’lgan ta’sirchan obrazidir. Tasvirning shakllanishi siyosatchi idrokining o’ziga xos xususiyatlari diqqat bilan kuzatilganda, qulay imijni shakllantirishning yangi strategiyasi va taktikasi o’ylab topilganda, o’z-o’zidan, ongsiz ravishda va ongli ravishda sodir bo’ladi.⁷

Shuningdek, siyosiy menejmentda “Siyosiy imijni boshqarish” tushunchasi ham mavjud. “Siyosiy imijni boshqarish” siyosat subyektlarining o’z imijini boshqarish uchun jamoatchilik bilan aloqalar amaliyotidan qanday foydalanishga qaratilgan yangi va rivojlanayotgan sohadir. “Siyosiy imijni boshqarish” – bu shaxs va shaxslar guruhining o’zlari haqida ommaga yetkaziladigan ma’lumotlarga taqdim etish va ommaviy axborot vositalarini manipulyatsiya qilish usullaridan foydalangan holda ta’siridir.⁸

“Imij” terminalogiyasini amerikalik siyosatshunos va sotsiolog U.Lippman birinchi bo’lib fanga kiritgan. U o’zining 1922-yilda chop etilgan “Jamoatchilik fikri” (Public Opinion) asarida ushbu tushunchani “Ommaning turli voqealar, shaxslar bilan to’qnashganlariga asoslangan holda emas, balki onglarida yaratilgan “obrazlar” orqali shakllantiradilar. Bu “obrazlar” odamlarning dunyo haqidagi bilimlari va tushunchalarini bevosita shakllantiradi.” degan g’oyalar mavjud.⁹

“Imij yaratish” va “Imij” tushunchasining texnologiya sifatida qo’llanilishi tarixi XX arsning 60-yillarida AQShda saylov kompaniyalarini tashkil etishning yangi usullarini paydo bo’lishi, mazkur tushuncha ahamiyatini davlat boshqaruvida, davlat xizmatida, siyosiy menejmentda qo’llanilishi dolzarb ahamiyatga ega bo’ldi. “Imij” defenitsiyasi dastlab siyosiy menejmentda saylovlar va siyosiy reklama hamda PR – jamoatchilik bilan aloqalar masalalarida keng ko’lamda qo’llanilgan va mazkur masaladagi dinamika keyinchalik

⁴ Muhammadjonova.L. Davlat xizmatchisi etikasi va imiji. O’quv qo’llanma. Toshkent: “Universitet”. 2017. – 171-b.

⁵ Stoyanov R.K. The political image making. Article. New Bulgarian University. 2023. – 1-p.
https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making

⁶ Imijeologiya. <https://oyina.uz/uz/teahouse/1660>

⁷ Имидж политического деятеля и его составляющие. <https://psycho.ru/library/212>

⁸ Kiran V. Political image management: How to implement proper political communication and image management. 2020. <https://politicalmarketer.com/political-image-management/>

⁹ Teshabayev I.A. Ta’lim tizimida imij fenomenining ijtimoiy-psixologik jihatdan tatqiq etilishi. Ilmiy-nazariy va metodik jurnal. ISSN: 2992-9024. 2024. – 512-513-b.

progression to'lqinga ega bo'lib siyosiy sohalalararo qo'llanila boshlagan.¹⁰ Mazkur tushuncha bilan "Imijeologiya" fani shug'illanadi. Ushbu fan sohasida o'z tahliliy texnologiyalarini va metodlarini tatqiq etish bilan hamda faoliyati bilan "Imagemaker"lar ya'ni "Imij yaratuvchilar" deb ataluvchi mutaxassislar shug'illanadi. "Zamonaviy xalqaro munosabatlarda", "Siyosiy konsalting", "Jamoatchilik bilan aloqalar", "Siyosiy reklama", "Hukumat bilan aloqalar" hamda "Siyosiy menejment"da mazkur mutaxassislarning roli katta hisoblanadi. Tarixiy analogik nuqtai nazaridan esa, "Siyosiy imij" ko'pgina dunyo mamlakatlari yetakchilari, rahbarlari va ko'plab boshqaruv menejerlari faoliyatida asosiy pozitsion nuqtaga ega hisoblangan.¹¹

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

"Imij" tushunchasiga rus olimi N.N.Malishevskiy shunday fikr bildiradi: "Imij – shaxsning (nomzodning) maqsadli ravishda ishlab chiqilgan va targ'ib qilinadigan qiyofasidir."¹² "Imij yaratish" masalasida rus olimasi O.F.Potemkina bir qator tarkibiy qismlarga bo'lib chiqadi. Ularga Imij: Eksternal (tashqi ko'rinish) – xalq oldida chiqish qilish, tashriflar, tashqi qiyofa; kishining yurish tarzi; nutqi; nuqtidagi ovoz to'lqinlari; yuz tuzulishi; tashqi ko'rinishida aks etadigan holat ifodasi, ta'sirchanlik, kiyinishi va soch turmaklari. Internal (Ichki ko'rinish) – intellect, aql-idroki, turli-tuman usullar, maqsadlari, g'oyalari, taffakur etishi Protsessual (Jarayon) – kommunikativ xulq-atvori, sa'y-harakatlari, professionalligi, va temperamenti (xulq-atvori).¹³ Rus olimi A.I.Solovyov siyosiy imij yaratish borasida shunday fikrlari mavjud: "Siyosatda imij yaratish deganda biror siyosiy maqsadli amalga oshirish uchun siyosat subyekting kishilar e'tiborini jalb qiladigan qiyofasini shakllantirish jarayoni tushuniladi."¹⁴ Ingliz olimlari Frank Jefkins, Pauell Bayners va Jon Eganlar "Imij yaratish"da imij turlarini keltirib o'tishgan hisoblanadi. Ular quyidagi imij turlari keltiradilar:

Ko'zgu imiji – Reallikdan ko'ra, imij egasining boshqalar tomonidan qanday bo'lsa shunday idrok etilishi va fikr-mulohazalarga ega bo'lishi;

Ko'p tomonlama imij – Muassasa faoliyatida imij ishtirokchilarining shaxsiy tasavvurlarini ifodalaydi. U subyektivlikka oyil hisoblanadi;

Kerakli imij – imij egasining maqsadlari, g'oyalari nimadan iborat ekanligini anglatuvchi va aniq belgilangan imij sharoitidagi obrazlarni ifodalaydi;

Joriy imij – PR kompaniyalari davrida shaxslarning belgilangan imijdan nimani tushunib olganligini anglatadi;

Optimal imij – erishish mumkin bo'lgan natijaga yo'naltirilgan eng yaxshi imij;

Korporativ imij – tashkilot va shaxsning joriy va ko'zgu imiji kombinatsiyasi. Taqdiqotchilar ushbu imij obrazlariga siyosatdagi ayollarni misol qilib keltirishgan: Buyuk Ketrin, Jan D Ark, Yelizaveta I Tyudor, Margaret Tetcher, Benazir Bxutto, Madlin Olbrayt, Kondoliza Rayz.¹⁵

¹⁰ Isanova G. Siyosatda imij siyosiy tizim barqarorligini ta'minlovchi texnologiyalardan biri sifatida. Siyosiy texnologiyalarning rivojlanishi. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent: "Complex Print", 2022. – 54 -b.

¹¹ Sultopova E. Имиджмейкинг в современном мире (как особый вид политической технологии). Siyosiy texnologiyalarning rivojlanishi. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent: "Complex Print", 2022. – 50-51-b.

¹² Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов. – Мн.: Харвест, 2003. – 42.с.

¹³ Потемкина, О.Ф. Имидж политического лидера. М.: Московский государственный университет культуры и искусств. 2006. – 12.с.

¹⁴ Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов/ А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 519.с.

¹⁵ Jefkins, Frank, Paul Baines, John Egan. Public Relations. Contemporary Issues and techniques, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann. 2004. – 32.p.

Nemis siyosatshunosi va sotsiologi Maks Veber esa, imij masalasida “Xarizma”ning roli katta ekanligini ta’kidlaydi.¹⁶ Biroq xarizmaning o’zi yetarli emasligi bois, unga rus olimi S.F.Lisovskiy “Obraz va tasvir” tushunchalariga mos ravishda 5 ta tadqiqot dinamikasini ishlab chiqadi:

Obyektiv va haqiqiylik – Imijning individlar uchun real mavjudligi;

Subyektiv – Imij egasining qanday ko’rinishda idrok etilishi;

Modellashtirilgan – professionalizm va imij yaratuvchilar o’rtasidagi miqdoriy munosabatlar;

Istalgan – Imij eganing imiji uchun talab mavjudligi;

O’z-o’zini idrok etish – tajriba va tegishli o’z-o’zini idrok etishga asoslangan.¹⁷

Amerikalik siyosatshunos M. Xerman “Yetakchi imiji” borasida tadqiqot ishini olib borgan bo’lib, “imij” definitiyasiga shunday baho beradi: “Ular o’zlarini namoyon qiladigan vaziyatlarga, o’z tarafdorlari bilan o’zaro munosabatda bo’lish usullari va shaxsiy fazilatlariga asoslanadi.”¹⁸ Ba’zi ilmiy manbalarda davlat xizmatchilari, siyosiy yetakchilar, menejerlar, rahbarlarning qiyofasi bir qator tarkibiy qismlardan iborat bo’lib, ular ideal holda yagona imij yaratish uchun “ishlashi” kerakligi va zarurati aytiladi. Bular qoida tariqasida hal etilishi kerak bo’lgan ijtimoiy hayot va davlat boshqaruvi muommolariga qaratilgan dasturlar, rahbarning g’oyalari hisoblanadi.¹⁹

Xorijiy ilmiy tadqiqotlarda “Imij” tushunchasini psixologiya va siyosatshunoslik yo’nalishlari kombinatsiyasida faol tatqiq etgan tadqiqotchi G.Stoun (Gregory P Stone) imij va shaxsiy qiyofa konsepsiyasini ilgari suradi. “The concept of image and personal front” iborasi kontekstida shaxsning jamoatchilik oldida o’zini namoyon qilishdagi tashqi ko’rinishi va xulq-atvorini tushunishga ishora qiladi. E.Goffman (Ervin Goffman) “Presentation of self in Everyday Life” (Kundalik hayotda o’zlikni namoyon qilish) asarida shaxslar o’zining ijtimoiy rollar qanday bajaradiganliklari va ularning imiji qanday shakllanganligini tahlil qiladi.²⁰ “Imij” masalasida bir qator g’arblik tadqiqotchilar ish olib borgan hisoblanishadi. Jumladan, amerikalik psixolog F.Zimbardo (Philip Zimbardo), o’zining mashhur “Stanford eksperimenti” orqali, ijtimoiy rollarning inson xulq-atvori va shaxsiy imijiga ta’sirini o’rgangan.²¹ Mazkur soha terminologiyasi va siyosiy texnologiyasi bilan ijtimoiy aktorlar bilan bog’lab, kengroq qamrovda tadqiq etgan olimlar ham mavjud. Ular: Ya.A.Petrova, Yu.N.Yemelyanov, V.P.Zinchenko, I.S.Kon, Yu.V.Sayenko, T.V.Byundyugova, O.O.Yeliseevalar hisoblanadilar.²²

NATIJALAR

Bugungi kunda dunyoda 2024-yil ma’lumotiga ko’ra, 193 ta davlat Birlashgan Millatlar tashkilotiga a’zo bo’lib, yana 2 davlat(Vatikan va Falastin) kuzatuvchi maqomida²³ xalqaro munosabatlarda ma’lum pozitsiyaga ega hisoblanib, har bir davlatning davlat boshqaruvi va

¹⁶ Даулинг, Грэмю Создание на корпоративной репутации: идентичность, имидж, представяне, С., Рой Комьюникейшан. 2005. – 45.с.

¹⁷ Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ Маркетинг. 2000. – 56.с.

¹⁸ Siyosiy yetakchi obrazi. <https://www.yaklass.ru/p/obshchestvoznanie/11-klass/politika-7263810/politicheskaia-elita-i-liderstvo-7259923/re-9d0402dd-b7fe-4496-8e8a-6c54de52c0fd>

¹⁹ Имидж политического лидера и особенности его формирования в условиях глобализации. <https://textbook.tou.edu.kz/books/232/10.html>

²⁰ Goffman e. The presentation of self in everyday life // Social theory re-wired. – Routledge, 2023. – S. 86-118.

²¹ Зимбардо.Ф.И. Ляйппе М.А. Социальное влияние. – 2011. – с.23.

²² Teshabayev.I.A. ta’lim tizimida imij fenomenining ijtimoiy-psixologik jihatdan tadqiq etilishi. Ilmiy-nazariy va metodik jurnal. ISSN: 2992-9024. 2024. – 515-520-b.

²³ How many countries are there in the World? <https://www.worldometers.info/geography/how-many-countries-are-there-in-the-world/>

davlat xizmati sohalarni modifikatsiya qilish, takomillashtirish masalalari ustida nazariy va amaliy tatqiqot ishlari olib borilmoqda.

“Siyosiy imij yaratish” borasida tadqiqot natijalari quyidagi bosqichlarni belgilab berdi:

1. Yaratilish – siyosiy imij yaratish uchun 3 ta asosiy bosqich bilan belgilanadi.:

a) Skeletni yaratish – asosiy rivojlanish uchun yo‘nalishni tanlash (innovator, xarizmatik, qahramon sifatidagi imijlar);

b) Biografiya yaratish – ko‘pincha diqqatni jamlagan holda kasbiy, shaxsiy, siyosiy muvafaqqiyatlar kontekstini tuzish;

c) Afsona yaratish – partiya brendlari, tashkilot va g‘oyalarni o‘z ichiga oladi.

2. Pozitsionizm – lider imiji va obrazi joyi va o‘rnini belgilash

3. Fiksatsiya -turli harakatlar, nuqt madaniyati, yuz ifodalari, xarakteristika va turli-trumanlik.

4. Raqobatbardosh imijga hujum – ikkinchi imij egasining salbiy tomonlarini aniqlab unga hujum qilish salbiy usullardan foydalanish

5. Ta‘minot – raqobat muhitiga, siyosiy kasbiy, shaxsiy imij uchun g‘oyalar, maqsadlar, dasturlarning mavjudligi va barqarorligi.²⁴ Ushbu imijni shakllantirish jarayonini davlat xizmatchilarining siyosiy imijini yaratish uchun qo‘llash mumkin.

Imij yaratish borasida davlat xizmatchilari, siyosiy yetakchilar, rahbarlar, menejerlar e‘tibor berishi kerak bo‘lgan tomonlar ham mavjud hisoblanadi. Ushbu jihatga ko‘pchilik adabiyotlarda “ommaviy imij”ning tarkibiy qismlari sifatida kraniofasiyal belgilar (shaxsning bosh qismidagi holatlar: soch turmagi, peshona, lablar, ko‘zlar, iyak va quloqlar ajralib turadi.), kiyim va aksessuarlar (soat, favvora qalam, portfel,), mimika va pantomimika (tabassumlar, jilmayishlar, imo-ishoralar, yurish, odatiy holatlar va boshqalar), nuqt va ritorika (diksiya, tembr, ovozning tovush xususiyatlari, intonatsiya, stress, nuqtning tembri va xususiyatlari, unda o‘ziga xos burilishlar, maqollar, aforisik iboralar va boshqalar mavjudligi) kabilar hisoblanadi.²⁵ Imij turli vositalar orqali shakllanadi: media ko‘rinishlari, jamoatchilikka qaratilgan bayonotlar, siyosiy qarorlar, shaxsiy xatti-harakatlar va marketing strategiyalari.²⁶ Davlat xizmatchilari faoliyatida va boshqaruv kompetensiyasida imij yaratish yoki uni qo‘llashda yuqorida qayd etilgan tomonlarga va xususiyatlarga e‘tibor berish lozim.

Davlat xizmatida siyosiy imij texnologiyalarini qo‘llash zarurati bo‘lib, davlat xizmatida barqarorlikni ta‘minlash hamda bu orqali davlat xizmati orqali siyosiy tizim faoliyatini yaxshilash va rivojlantirish mumkindir. Davlat xizmatchilari faoliyatiga va boshqaruv kompetensiyasiga siyosiy imij texnologiyalarini qo‘llash samaradorlik va rivojlanish uchun dinamik ahamiyatga ega hisoblanadi. Biroq buning iqtisodiy, madaniy, ijtimoiy, siyosiy fundamentlari to‘g‘ri kelishi yoki tushishi lozim. Bundan tashqari davlat xizmatchilari faoliyatiga va boshqaruv kompetensiyasiga siyosiy imij texnologiyalarini joriy etishda “Normativ-huquqiy asoslar” hamda “Siyosiy tizim” darajasiga ham e‘tibor berilishi lozim. Ko‘pgina zamonaviy boshqaruv texnologiyalariga va tizimiga ega davlatlarda ham mazkur jarayon progressiyasi yillar davomida ko‘pgina tajribalar asosida sinovdan o‘tkazilgan. “Musbat - ijobiy” natijalar davlat boshqaruvi va davlat xizmatida qo‘llash uchun tavsiya etilgan. Biroq har bir muammoni hal etishda qaror qabul qilish jarayonlarining strukturasi va ahamiyatini e‘tiborga olish lozimdir.

MUHOKAMALAR.

²⁴ Edelman, Murray. The politics of misinformation, Cambridge University Press. 2001. – 76.p.

²⁵ Abdusattorov Sh. Siyosiy imidjni shakllantirish texnologiyalari. Ilmiy tatqiqot va innovatsiya jurnali. Volume-2. Issue-3. 2023. – 120-211-b. <https://ilmiytadqiqot.uz/index.php/iti/article/view/188/284>

²⁶ To‘xtaxo‘jayev A.T. Siyosiy imij tasnifining metodologik asoslari. Pedagogik islohatlar va ularning yechimlari. 2024. – 261 -b. <https://worldlyjournals.com/index.php/wkc/article/view/4338/6634>

Davlat xizmatida davlat xizmatchilari faoliyatida siyosiy imij yaratish masalasida shunday muhokamali masalalar mavjud hisoblandi. Jumladan, “Davlat xizmatchilari imijini yaratish nima beradi?”, “Nega davlat xizmatchilari imijini yaratishda boshqaruv kompetensiyasining ham imijini yaratish lozim?”, “Natijasi qanday bo'ladi?”, “Davlat xizmati uchun buning zarar va tahdid tomonlari mavjudmi?” deb atalgan savollar mavjud. Shu bois, davlat xizmatida “Imijini yaratish”ni davlat xizmatchilaridan boshlash orqali ta'minlash ratsional tanlovdir. Ya'ni siyosatshunoslikda bixevioristik hamda postbixevioristik yondashuv vakillarining ham bahs nuqtasi shu yerdan boshlanadi. Ya'ni bixevioristik yondashuv tarafdorlari siyosat markaziga shaxsni qo'yishsa va bu miqdoriy jihatdan tashkilot deb ataluvchi tuzilmani shu shaxs orqali tushunish mumkin bo'lsa, bu oqilona yo'l. Biroq ularni tanqidiy qayta ko'rib chiqqan postbixevioristlar esa tashkilot imijida yagona shaxsni ko'rish xato degan xulosasi esa bu tanlov uchun mutlaqo ziddir. Biroq neoinstitutsional jihatdan davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasini yaratish va uning metodologiyasini ishlab chiqish esa, bir qator instrumental asoslardan iboratligi va ana shunday tahliliy manba bu – tizim elementi sifatida siyosiy imij ham rol o'ynay olishi ta'kidlanadi.

Davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasini rivojlantirish borasida ko'plab siyosiy texnologiyalar mavjud. Bunday siyosiy texnologiyalar orasida siyosiy imij texnologiyasi muhim pozitsiyaga ega bo'lib bormoqda. Sababi, dastlab “imij” texnologiyalari iqtisodiy sektorda: marketing, brending, trading va savdo sanoatida talabni va raqobarni shakllantirishda samarali foydalanilgan hisoblanadi. Biroq siyosatda ham bu texnologiyaning kirib kelishiga zarurat ham iqtisodiy sektor kabi siyosatda va davlat boshqaruvida, xususan, davlat xizmatida tashkilot portretini, siyosiy yetakchi portretini “jozibador” va “jalb etuvchi” qilib jamiyat va ijtimoiy muhitga namoyish qilish va buning asosida talab va raqobat balansini yuzaga keltirish muhim vazifa hisoblangan. Bu esa, mavjud siyosiy elita va jamiyat o'rtasidagi bir qator “xaoslar”dan, inqirozlardan saqlash uchun vosita hisoblanadi. Buning asosida tarozining ikki o'lchov pallasi “legitimlik” va “legallik” muvozanatlari yotadi. Davlat xizmatida ham davlat xizmatchilari faoliyatiga va boshqaruv kompetensiyasiga aloqador bo'lgan siyosiy imijni yaratish, mazkur davlat xizmatchisining aniq maqomini va lavozim darajasidagi majburiyatlari va yo'riqnomalari chegaralarini ko'rsatadi va shakllantiradi.

Davlat xizmatlarining zamonaviy bosqichi ham bu – zamonaviy davlat menejmenti bilan belgilanadi. Zamonaviy davlat menejmenti boshqaruvning innovatsion texnologiyalaridan va davlat sektorida qaror topayotgan bozor munosabatlarning mexnizmlaridan ishlab chiqarishga emas, balki natijalarga qaratilgan siyosiy texnologiyalardan foydalanish zarurligiga urg'u beradi.²⁷ Demak, siyosiy imij texnologiyasi siyosiy menejment tarkibidagi texnologiya hisoblansa, bu yerda siyosiy menejment va zamonaviy siyosiy boshqaruv munosabatlari ham muhim hisoblanadi.

Bir qator davlatlarda davlat xizmati munosabatlarida siyosiy texnologiyalardan foydalanilyotganda mazkur texnologiyalarning sohalararo kombinatsiyasi ham tahlil etilar ekan. Xususan, maqola tatqiqot mavzusi bo'lgan siyosiy imijni boshqaruv kompetensiyasida qo'llanilishi bir qator davlatlar tajribasida muayyan sohalar kesimida amalga oshirilar ekan. Fransiyada davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasida “madaniyatlilik”, AQSH va Xitoyda davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasining “xalqchilik va tadbirkorlik”, Germaniyada davlat xizmatchilarining boshqaruv kompetensiyasida “tashabbuskorlik”, Rossiyada davlat xizmatchilarining boshqaruv kompetensiyasida “huquq va tartib-intizom” muhim rol o'ynaydi.²⁸ Yuqorida keltirilgan mazkur davlatlarda bu tushunchalar asosida imij

²⁷ Mirzaaxmedov K.M. Davlat boshqaruvi tizimini demokratlashtirishda siyosiy hokimiyat legitimligini takomillashtirish mexanizmlari. Monografiya. – T.: “Ma'rifat”, 2023. 134-b.

²⁸ Atamuratov.M.U. O'zbekistonda jamiyatni modernizatsiyalash jarayonida boshqaruv kadrlar tizimining shakllanishi. Monografiya. – T.: “Fan va texnologiya”, 2017. 124-b.

yaratish davlat xizmatining barqaror munosabatlarini shakllantirishga xizmat qilishi ta'kidlanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR.

Davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasida va faoliyatida siyosiy imij texnologiyalarini qo'llash va siyosiy imijini yaratish, bugungi kun zaruratidir. Jamiyat va davlat o'rtasidagi barqaror munosabatlarni ta'minlashda buning tizim elementi sifatidagi roli mavjud. Siyosiy hokimiyat asosida jamiyat manfaatlari va ushbu manfaatlar asosida siyosiy iroda yotadi. Siyosiy imij esa bu ikki defenitsiya uchun mustahkam poydevor yaratdi.

Siyosiy imij siyosatchilar o'rtasidagi o'zgarimas ikki tomonlama aloqadir Siyosiy yetakchi va jamoatchilik, uning asosiy xususiyati uning yaxlit umumiyligidir. Siyosatdagi oshkoralikning muhim tarkibiy qismi siyosiy imij yaratish, ilgari surish, saqlash va raqobatdoshligi hisoblanadi.²⁹

Maqola yuqoridagi milliy va xorijiy adabiyotlar, tatqiqot ishlari natijalari va muhokamalariga hamda tatqiqot mavzusining taktik ahamiyatini inobatga olgan holda quyidagi takliflarni beradi:

- 1) Davlat xizmatchilari faoliyati va boshqaruv kompetensiyasining raqobatdosh siyosiy imijini yaratish zarurati va bunda ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy aktorlarni ham inobatga olish;
- 2) Mazkur siyosiy texnologiyadan foydalanish uchun raqamli texnologiyalar tarmog'ini kuchaytirish va bu uchun "Ma'lumotlar ombori"ni shakllantirish.
- 3) Davlat xizmati vektorlarida samaradorlik va natijadorlik olib keluvchi siyosiy texnologiyalarni qo'llash va muayyan tomonlarini moslashtirish;
- 4) Davlat xizmatida davlat xizmatchilari boshqaruv kompetensiyasini modifikatsiyasini amalga oshirishda siyosiy imijning tezkor va ta'siri yuqori tomonlaridan foydalanish;
- 5) Davlat xizmatchilari faoliyati imiji va boshqaruv kompetensiyasi imijini shakllantirishda "Vazifa", "Mas'ul", "Muddat", "Resurs", "Natija" kabi elementlarni jamlagan "Boshqaruvning 5 texnikasi"³⁰ga e'tibor berish lozim hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

- 1) Mirzaaxmedov K.M. Siyosat nazariyasi va metodologiyasi: Ma'ruza. 2024. – 1-2-b.
- 2) Mirzaaxmedov K.M. Davlat boshqaruv asoslari: Ma'ruza. 2022. – 3-b.
- 3) Mirzaaxmedov K.M. Siyosiy jarayonlarning tizimli tahlili: Ma'ruza. 2023. – 5-6-b.
- 4) Muhammadjonova.L. Davlat xizmatchisi etikasi va imiji. O'quv qo'llanma. Toshkent: "Universitet". 2017. – 171-b.
- 5) Stoyanov R.K. The political image making. Article. New Bulgarian University. 2023. – 1-p. https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making
- 6) Imijeologiya. <https://oyina.uz/uz/teahouse/1660>
- 7) Имидж политического деятеля и его составляющие. <https://psycho.ru/library/212>
- 8) Kiran V. Political image management: How to implement proper political communication and image management. 2020. <https://politicalmarketer.com/political-image-management/>
- 9) Teshabayev I.A. Ta'lim tizimida imij fenomenining ijtimoiy-psixologik jihatdan tatqiq etilishi. Ilmiy-nazariy va metodik jurnal. ISSN: 2992-9024. 2024. – 512-513-b.
- 10) Isanova G. Siyosatda imij siyosiy tizim barqarorligini ta'minlovchi texnologiyalardan biri sifatida. Siyosiy texnologiyalarning rivojlanishi. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent: "Complex Print", 2022. – 54 -b.

²⁹ Stoyanov R.K. The political image making. Article. New Bulgarian University. 2023. – 20.p. https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making

³⁰ Isanova G.T. Siyosiy elita va yetakchilik. Ma'ruza. 2025. 7-b.

- 11) Sultonova E. Имиджмейкинг в современном мире (как особый вид политической технологии). Siyosiy texnologiyalarning rivojlanishi. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent: "Complex Print", 2022. – 50-51-b.
- 12) Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов. – Мн.: Харвест, 2003. – 42.с.
- 13) Потемкина, О.Ф. Имидж политического лидера. М.: Московский государственный университет культуры и искусств. 2006. – 12.с.
- 14) Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов/ А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 519.с.
- 15) Jefkins, Frank, Paul Baines, John Egan. Public Relations. Contemporary Issues and techniques, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann. 2004. – 32.p.
- 16) Даулинг, Грэмю Создание на корпоративной репутации: идентичность, имидж, представяне, С., Рой Комьюникейшан. 2005. – 45.с.
- 17) Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ Маркетинг. 2000. – 56.с.
- 18) Siyosiy yetakchi obrazi. <https://www.yaklass.ru/p/obshchestvoznanie/11-klass/politika-7263810/politicheskaiia-elita-i-liderstvo-7259923/re-9d0402dd-b7fe-4496-8e8a-6c54de52c0fd>
- 19) Имидж политического лидера и особенности его формирования в условиях глобализации. <https://textbook.tou.edu.kz/books/232/10.html>
- 20) Goffman e. The presentation of self in everyday life // Social theory re-wired. – Routledge, 2023. – S. 86-118.
- 21) Зимбардо.Ф.И. Ляйппе М.А. Социальное влияние. – 2011. – с.23.
- 22) Teshabayev.I.A. ta'lim tizimida imij fenomenining ijtimoiy-psixologik jihatdan tatqiq etilishi. Ilmiy-nazariy va metodik jurnal. ISSN: 2992-9024. 2024. – 515-520-b.
- 23) How many countries are there in the World? <https://www.worldometers.info/geography/how-many-countries-are-there-in-the-world/>
- 24) Edelman, Murray. The politics of misinformation, Cambridge University Press. 2001. – 76.p.
- 25) Abdusattorov Sh. Siyosiy imidjni shakllantirish texnologiyalari. Ilmiy tatqiqot va innovatsiya jurnali. Volume-2. Issue-3. 2023. – 120-211-b. <https://ilmiytadqiqot.uz/index.php/iti/article/view/188/284>
- 26) To'xtaxo'jayev A.T. Siyosiy imij tasnifining metodologik asoslari. Pedagogik islohatlar va ularning yechimlari. 2024. – 261 -b. <https://worldlyjournals.com/index.php/wkc/article/view/4338/6634>
- 27) Mirzaaxmedov K.M. Davlat boshqaruvi tizimini demokratlashtirishda siyosiy hokimiyat legitimligini takomillashtirish mexanizmalari. Monografiya. – T.: "Ma'rifat", 2023. 134-b.
- 28) Atamuratov.M.U. O'zbekistonda jamiyatni modernizatsiyalash jarayonida boshqaruv kadrlar tizimining shakllanishi. Monografiya. – T.: "Fan va texnologiya", 2017. 124-b.
- 29) Stoyanov R.K. The political image making. Article. New Bulgarian University. 2023. – 20.p. https://www.researchgate.net/publication/375765487_The_Political_Image_Making
- 30) Isanova G.T. Siyosiy elita va yetakchilik. Ma'ruza. 2025. 7-b.