

ИРГЭНИЙ НИЙГЭМ ГЭЖ ЮУ ВЭ?

И.Лхам

ХААИС-ийн нийгмийн ухааны тэнхмийн эрхлэгч, доктор, дэд профессор

Д.Болд-Эрдэнэ

ФСЭЗХ-ийн эрдэм шинжилгээний тэргүүлэх ажилтан, доктор, профессор

Түлхүүр үг: иргэн ба нийгэм, иргэний нийгэм, иргэний ниймийн парадигм, сонгодог философи парадигм, социологи-улс төрийн парадигм, нээлттэй нийгэм, иргэдийн эрх чөлөөг хэрэгжүүлэх чөлөөт орчин, төрийн бус байгууллага

Товч агуулга: иргэний нийгмийн асуудал философич болон улс төр судлаачдын анхаарлын төвд байдаг чухал тулгамдсан асуудал мөн. Иргэний нийгмийн асуудлыг улс төрийн философичд олон талаас нь янз бүрийн арга, хандлагаар авч үзсэн байдаг. Энэ удаа “иргэний нийгэм” хэмээх ойлголтын талаарх санаа бодлоо товчхон авч үзэхийг хичээв.

Иргэний нийгмийн асуудал нь орчин үеийн ардчиллын онолын судалгааны нэг томоохон бие даасан чиглэл болдог. Энэ нь иргэний нийгмийг орчин үеийн нээлттэй ардчиллын “дуу хоолой, нүд, чих” хэмээн үздэгтэй холбоотой. Иргэний нийгмийн асуудал нь үнэндээ саяханаас тавигдан, анхаарагдаж буй сэдэв биш, харин энэ нь хүн төрөлхтөний улс төрийн сэтгэлгээний хөгжлийн бүх цаг үед тавигдан судлагдаж ирсэн онол, үзэл баримтлалын түүхэн урт оюунлаг эх сурвалжтай юм.

Иргэний нийгэм нь хөгжлийн болон онол, сэтгэлгээний урт түүхэн замналыг тулжээ гэж үзэж болохоор байна. Иргэний нийгэм нь *түүхэн хөгжлийн хувьд* хүн төрөлхтөний иргэншсэн хөгжлийн замналтай холбоотой. Нийгэм, түүхийн үйл явцын хувьсал, өөрчлөлтийн явцад хүн төрөлхтөний иргэншсэн хөгжлийн ууган гурван голомт: Эртний Энэтхэг, Хятад, Грек, Римд үндсэндээ нэгэн зэрэг НТӨ VII зууны үеэс үүсэн хөгжсөн байна. Иргэншлийн энэ голомтуудаас хүн төрөлхтөний иргэншсэн хөгжлийн хоёр гол салаа зам эх үндсээ авчээ. Орон зайн хувьд бол Эртний Энэтхэг, Хятадын иргэншлээс *уламжлалт нийгмийн зам*, Эртний Грек, Римийн иргэншлийн хөгжлөөр *иргэний нийгмийн хөгжлийн зам* гараагаа авсан гэж ойлгож болно. Цаг хугацааны хувьд дундад зууны сүүл үе буюу XV-XVI зууны үе хүртэл иргэншлийн энэ хоёр салаа замаар хөгжиж байсан улс орнуудын хөгжлийн харилцан нөлөөлөл маш бага байснаа энэ үеэс (Сэргэн мандалтын үеэс Д.Б нар) эрчимжиж иргэний нийгмийн хөгжлийн загвар түгэн давамгайлах болжээ.³⁹

Хүн төрөлхтөний иргэншсэн хөгжлийн энэхүү түүхэн замналын онцлог иргэний нийгмийн талаарх *үзэл сэтгэлгээний хөгжилд* тод тусгалаа олсон гэхэд болох юм. Улс төрийн сэтгэлгээний хөгжлийн туулж ирсэн ерөнхий логикийг анзаарч үзэхэд XV-XVI зууны үе буюу сэргэн мандалтын үеэс иргэний

³⁹ Г.Чулуунбаатар. Иргэний нийгмийн төлөвшилийн онол, практикийн зарим асуудал. Шинэ толь №42, 50 дахь тал

нийгмийн талаарх улс төр, философи, социологийн шинжилгээ улам эрчээ авч хөгжиж байсан нь харагддаг. Чухам энэ үеэс иргэний нийгмийн талаарх уламжлалт сонгодог үзэл баримтлал орчин үеийн утга агуулгаараа төлжин хөгжиж, иргэний нийгмийн өнөөгийн үзэл санаа, онол, сэтгэлгээ эх ундаргаа авсан байдаг. Эндээс үзвэл орчин үеийн иргэний нийгмийн судалгааны эхлэх цэг нь Эртний Грек, Римийн оюунлаг уг сурвалжаас эхлэлтэй болох нь ойлгогдож байна. Харин иргэний нийгмийн прагматик судалгаа коммунизм, түүний утопи төсөөлөлийн сүйрэлтэй давхцан улам сэргэн идэвхжсэн байдаг.

Иргэний нийгмийн судалгааны явцад ерөнхийдөө үзэл баримтлалын хоёр *үндсэн парадигм* оршин үйлчилж байжээ. Үүний *эхнийх нь* нийгмийн тодорхой төлөв байдал, амьдралын бүхэл хүрээгээр тодорхойлогддог иргэн төвт нээлттэй нийгмийн тогтолцоо гэж үздэг *сонгодог философи парадигм* (Платон, Аристотель, Кант, Гегель, Маркс, Поппер); *нөгөө нь* нийгэм дэх төрийн биш бүх төрлийн харилцаа, иргэдийн төрөөс гадуур өөрийгөө илэрхийлэх болон *төрөөс хараат бус нийгмийн хүрээ* гэж үздэг орчин үеийн *социологи-улс төрийн парадигм* (Ж.Локк, Ш.Л. Монтескье А.Токвилл, Р.Дарендорф, Ю.Хебермас) зэрэг юм.

Иргэний нийгмийн талаарх сонгодог философи баримтлалыг орчин үеийн хэлбэрт “хөвөрүүлэн” үндэслэсэн философич бол Гегель юм. Гегель хэдийгээр иргэний нийгмийг тайлбарлалын өргөн агуулгын түвшинд авч үзэж, түүнийг амьдралын бүх хүрээгээр тодорхойлогддог нийгмийн хөгжлийн тодорхой төлөв байдал гэж үзэж байсан боловч энэ хүрээнд иргэнийг гол төвд нь тавьж, иргэний нийгмийг гэр бүл, төрийн хооронд тархсан, хувийн сонирхлынхоо дагуу харилцан уялдаж, хамтран үйлдэж буй хувь хүмүүсийн нэгдэл гэсэн агуулгаар ойлгон тайлбарлаж байв. Тэрээр “ Иргэний нийгэм нь төр, гэр бүлийн хоорондын ялгарал юм. Гэхдээ иргэний нийгмийн хөгжил нь төрийн хөгжлөөс хожимдож явагддаг. Учир нь иргэний нийгмийн ялгаралд төр тустай...”⁴⁰ Эндээс үзвэл Гегель иргэний нийгэм нь төр, гэр бүл хоёрын завсрын иргэний оршин үйлдэх орон зай, тэдний харилцааны хэлбэр гэсэн чухал дүгнэлтийг анх хийж байсан нь анзаарагддаг.

Иргэний нийгмийг нийгмийн хөгжлийн тодорхой төлөв байдал, иргэн бүрийн хувийн эрх чөлөөг бүх талаар дээдлэн эрхэмлэсэн нээлттэй нийгмийн тогтолцоо гэж ойлгох философи парадигмын хөгжилд К.Попперийн “Нээлттэй нийгэм ба түүнд дайсагнагчид” номондоо боловсруулан тавьсан үзэл санаа онцгой үүрэг гүйцэтгэсэн байна. Тэрээр иргэний нийгмийг “иргэдийн хувийн чөлөөт харилцаа, эрх чөлөөг эрхэмлэн дээдэлсэн тэдний нээлттэйгээр хамтран орших орчин”⁴¹ гэсэн агуулгаар ойлгон төсөөлж байсан нь ойлгогддог. Хөгжингүй иргэний нийгэм ардчиллыг бэхжүүлэхэд түлхэц болдог гэсэн ойлголт зөвхөн сүүлийн 20 гаруй жилд гарч ирсэн юм биш, харин хүн төрөлхтөний улс төрийн сэтгэлгээний хөгжлийн урт удаан хугацааны уламжлалтай юм. Энэ нь түүхийн шинэ цаг үеэс Ж.Локкоос эхлэн Ш.Л.Монтескье, А.Токвилл, Р.Дарендорф болон Ю.Хабермас нарын хөгжүүлсэн үзэл санааны үнэт зүйлстэй холбоотой. Тухайлбал энэ нь төрөөс хараат бус, улс төрөөс ангид *иргэдийн социал хүрээ* \ Ж.Локк, А.Смит \; эрх мэдлийг зохистой хуваарилаж, эрх чөлөөг баталгаажуулан, хуулийн дагуу засаглахад чиглэгдсэн *иргэдийн*

⁴⁰ Г.В.Ф. Гегель. Философия права. М., 1990, С. 228

⁴¹ К.Поппер. Нээлттэй нийгэм, түүний дайснууд”I, II –боть. Уб., 2006, 2009 үзнэ үү.

сайн дурын байгууллага, эвсэл, холбоодын хяналтын хэлбэр \ Ш.Л. Монтескье \; иргэдийн чөлөөт эвсэл холбооны цогц \ А.Токвилл \; хувь хүнд төрийн оролцоогүйгээр амьдралын боломж олгодог ертөнц \ Ральф Дарэндорф \; эрх ашиг институтчлэгдэхийн өмнөх үеийн албан бус олон ургальч эрх ашиг, сонирхлыг илрүүлэх, цэгцлэх хэлбэр \ Юрген Хебермас \ гэсэн баримтлалууд юм.

Иргэний нийгмийг тодруулж үзэхэд “иргэн”, “нийгэм” гэсэн ойлголтын утга учир тэдгээрийн харилцан хамаарлын тухай асуудлыг юуны түрүүнд анхааран үзэх учиртай. Тэдгээр ойлголтын утга чанар нь мэдлэгийн олон салбар болон тэдгээрийн зааг уулзвараас тайлбарлаж болох философи-социологийн өргөн багтаамжтай юм.* Иргэний нийгэм гэдэг нь энгийн агуулгаар “иргэн”, “нийгэм”-ийн харилцан хамаарлын бүхэл бүтэн орчин, нийгэм дэх иргэдийн оршин үйлдэх орон зай гэдэг нь ойлгогдож байна. Тэгэхдээ энэ орон зай, түүн дэх харилцааны шинж байдал, онцлог нь ямар байж болох вэ? гэдгээс түүний утга чанар тодрох учиртай.

Иргэнийн нийгмийг бодитой ойлгон баримжаалахад **нэгд** иргэн, нийгэм хоёрын харилцааны хэлбэр; **хоёрт** иргэдийн төр, гэр бүлийн хоорон дахь завсрын орон зай; **гуравт** иргэдийн сонирхлын чөлөөт сонголтонд суурилсан иргэнлэг чөлөөт бүтэц; **дөрөвт** иргэдийн хувийн сонирхолд суурилсан хамтын үйл ажиллагааны хэлбэр гэсэн суурь санааг анхааран үзэх хэрэгтэй болдог. Ингэхлээр иргэний нийгмийн утга агуулга нь олон хувилбартай болох нь ойлгогдож байна. Энэ тухай академич Г.Чулуунбаатар онцлон бичихдээ: “Иргэний нийгэм” гэдэг үгийн *явцуу утга* нь олон хувилбартай бөгөөд гол төлөв иргэний нийгмийн төлөвшлийн үндсэн шинж, бүрдэл хэсгүүдийг илэрхийлсэн агуулгатай болно. Тухайлбал, *төрөөс гадуурхи байгууллагуудын нийлбэр цогц; нийгэм дэх төрийн биш бүх төрлийн харилцаа; чөлөөт иргэдийн өөрийгөө илэрхийлэх хүрээ* гэх мэт. Иргэний нийгэм бол өөрөө хөгжих дотоод уг сурвалж бүхий тогтолцоо юм.⁴²

Орчин үед иргэний нийгмийг бодлогын прагматик агуулгаар бичиж тайлбарлах явдал түгээмэл болжээ. Улс төрийн толь бичиг, ном сурах бичгүүдэд: “Иргэдийн хувийн амьдралын болон төрийн үйл хөдлөлийн хүрээ хоёрын завсарын орон зай дахь хамтын амьдрал, нийтэд нээлттэй талбарыг иргэний нийгэм хэмээн нэрийддэг.”⁴³, “Иргэний нийгэм” нь хувь хүн ба төр засгийн хоорондох орон зайг нөхөж байдаг бөгөөд мэргэжлийн, шашны, соёлын гэх мэт төрөл бүрийн сайн дурын бүлэг, холбоодоос бүрддэг.”⁴⁴ “ Хүний амьдрал, үйл ажиллагааны хэвийн нөхцөлийг хангах, хувь хүн ба нийгмийн бүлгүүдийн янз бүрийн ашиг сонирхлыг хэрэгжүүлэх бүх талын боломж олгосон нийгмийн харилцаа, түүний хэлбэржсэн ба хэлбэржээгүй бүтцийн нийлбэр

* *Тайлбар*: энэ удаад тэдгээр ойлголтын агуулгыг тусгайлан тодруулж үзсэнгүй болно.

⁴² Г.Чулуунбаатар. XX, XXI зууны зааг үеийн Монголын улс төрийн өөрчлөлт, ардчиллын хөгжил. Уб., 2009. 261-262 дахь тал.

⁴³ Ардчилсан засаглал, нээлттэй нийгмийн нэр томъёоны тайлбар толь. Уб., 2006. 61 дахь тал.

⁴⁴ Ц.Даваадулам. Засаглалын үзэл баримтлал, нэр томъёоны тайлбар толь бичиг. Уб., 2010. 22 дахь тал.

цогцос”⁴⁵гэх мэтээр тайлбарлаж байна. Иргэний оролцоог дэмжих дэлхийн холбооны Иргэний нийгмийн индекс \сивикусын индекс\ боловсруулахад баримталж буй тодорхойлолтоор иргэний нийгэм бол “ гэр бүл, төр, зах зээл зэргээс гадуур оршдог иргэдийн эвсэлдэн нэгдэж, нийтлэг эрх ашгийнхаа төлөө үйл ажиллагаа явуулдаг талбар мөн” гэсэн байдаг. Тэгвэл судлаач С.Соёлмаа “ Иргэний нийгэм бол төр ба гэр бүлийн институт хоорондын хувь хүн, нийгмийн бүлэг, холбоо, эвслийн үүрэг, үйл ажиллагаанд биелэлээ олсон; зөрчилт шинжтэй; техногений үед бий болсон иргэншлийн бүтэц, хэлбэрийн нэгдэл юм” гэсэн анхаарал татаж байна.⁴⁶

Энэ бүхнээс үзвэл иргэний нийгмийн гол агуулга нь дараах зүйлээр тодорхойлогдож байна. Үүнд:

- Иргэдийн үйл ажиллагааны төрийн гаднах буюу *төрийн бус хүрээ*
- Гэр бүл, төр, зах зээлээс гадуур оршдог иргэдийн эвсэлдэн нэгдэж, *нийтлэг эрх ашгийнхаа төлөө үйл ажиллагаа явуулдаг талбар*
- Нийгэм дэх *сонирхлыг илэрхийлэх арга, механизм*
- Бие даан зохион байгуулагдсан чөлөөт үндсэн дээр нэгдсэн олон тооны *иргэдийн сайн дурын байгууллага, холбоодын бүтэц, тэдний хараат бус үйл ажиллагааны хүрээ* юм.

Хэдийгээр ингэж иргэний нийгмийг янз бүрээр тодорхойлдог ч эцсийн дүндээ энэ нь *төр зах зээлээс тусдаа нийтлэг хэрэгцээ ашиг сонирхолтой, харилцан ойлголцол, оролцоо, хамтын ажиллагаа, тэгш байдал зэрэг үнэт зүйлсийг баримжаалдаг иргэдийн сайн дурын холбоодын бүтэц, тэдний аливаа гадны нөлөөллөөс хараат бус ажиллагааны хүрээ* юм.

Орчин үед иргэний нийгмийн үр ашигтай бодитой хяналт, үйл ажиллагаа ус агаар мэт хэрэгтэй байна. Үүнтэй холбоотой өнөөгийн нийгэмд иргэний нийгмийн үүрэг асар их өсч байгаа юм. Улс төрийн шинжлэх ухаанд иргэний нийгмийн үндсэн үүргийг **нэгд** бодлогын шинжилгээ хийх, сурталчилгаа явуулах; **хоёрт** төрийн байгууллагуудын ажлын үр дүн, төрийн албан хаагчдын үйл ажиллагаа, ёс суртахууны байдалд хяналт тавих; **гуравт** нийгмийн капитал бий болгох, иргэдэд тэдний үнэт зүйлс, итгэл үнэмшил, иргэний харилцааны хэм хэмжээ, ардчиллын практикийг таниж мэдрэх, илэрхийлэхэд туслах; **дөрөвт** нутгийн иргэдийн тодорхой бүлэг, ялангуяа хүн амын эмзэг, гадуурхагдсан хэсгийг зохион байгуулалтанд оруулж, улс төр, нийгмийн амьдралд идэвхтэй оролцуулах; **тавд** гишүүдийнхээ болон бусад иргэдийн аж амьдралыг дээшлүүлэхэд чиглэсэн хөгжлийн үйл ажиллагаа явуулах замаар сайн засаглалыг гүнзгийрүүлэхэд хувь нэмрээ оруулах явдал гэж үзэж байна.⁴⁷ Эндээс үзвэл ардчилал дахь иргэний нийгмийн гол чиг үүрэг нь дараах байдлаар илэрч байна. Үүнд:

⁴⁵ Г.Чулуунбаатар. XX, XXI зууны зааг үеийн Монголын улс төрийн өөрчлөлт, ардчиллын хөгжил. Уб., 2009. 263 дахь тал.

⁴⁶ С.Соёлмаа. “Иргэний нийгэм” хэмээх ойлголтын тухайд. Эрдмийн ертөнц. 2012 \2 (07) 54 дахь тал.

⁴⁷ Айша Гаус-Паша. Засаглалд иргэний нийгмийн байгууллагуудын гүйцэтгэх үүрэг. Төрийн захиргаа ба ардчилсан засаглал: иргэддээ үйлчилдэг засгийн газар. Уб., 2008. 144 дэх тал.

- ❖ Төрөөс иргэдийн хувийн амьдрал, эрх чөлөөнд халдахаас хамгаалан баталгаажуулах
- ❖ Төрийн эрх мэдэлд ажиглалт хийн хяналт тавих
- ❖ Иргэдийг ардчилсан оролцооны чиглэлээр нийгэмшүүлэх
- ❖ Төрийн шийдвэр гаргах байгууллагуудад ардчилсан элитийг дайчлан оролцуулах
- ❖ Улс төрийн нам, парламентаас гаднах эрх ашгийн үнэт зүйлс, сонирхлын олон ургальч байдлыг илрүүлэх буюу сонирхлын артикуляци хийх
- ❖ Орон нутгийг ардчилах, нийгмийн зөрчлийг намжаах, нийгмийн зөвшөлцлийг бүрдүүлэх
- ❖ Иргэдийг нийгэмшүүлэх, гэгээрүүлэх, бодлогын шинжилгээ, сурталчилгаа хийх зэрэг юм.

Иргэний нийгмийг зөвхөн төрийн бус байгууллагууд \ ТББ \-тай адилтгах нь нийтлэг байдаг. Гэвч төрийн бус байгууллагууд нь дангаараа иргэний нийгмийг төлөөлөхгүй. Хэдийгээр ТББ нь иргэний нийгмийн нэг бүрдэл боловч нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн амьдралд иргэдийн оролцоог идэвхжүүлэх, бодлогод нөлөөлөхөд чухал, заримдаа бүр онцгой үүрэг гүйцэтгэх нь байдаг. Энэ тухай Ю.Хабермас бичихдээ: “Иргэний нийгмийн байгууллагын гол цөм нь сайн дурын үндсэн дээр бий болсон төр ба эдийн засгийн бус нэгдэл байх ба тэдгээр нь сүм хийд, соёлын нэгдэл, академи, бие даасан зуучлалын хэрэгсэл, чөлөөт цаг, спортын нэгдэл, шүүмжлэл маргааны идэвх санаачлагыг өөртөө багтааж улмаар эдгээр нь цаашлаад мэргэжлийн нэгдэл, улс төрийн нам, үйлдвэрчний эвлэл мөн альтернатив институт болж үргэлжилдэг”⁴⁸ гэсэн байдаг. Ингэхлээр иргэний нийгмийн байгууллагын хүрээнд төрийн бус байгууллага, улс төрийн нам, үйлдвэрчний эвлэл, хэвлэл мэдээллийн байгууллага, шашны бүлгүүд, худалдаа, үйлдвэрлэлийн танхим, сууц өмчлөгчдийн холбоо эрүүл мэнд, соёл урлаг, спорт, чөлөөт цаг гэх зэрэг чиглэлээр бий болсон иргэдийн сайн дурын албан бус бүлгүүд буюу төрийн бус статустай бүхнийг иргэний нийгмийн бүтцэд багтдаг байна.

Summary

Now the problem of civil society is in the center of attention of researchers. There are many concepts of civil society. In the article the author is dealing with issues around civil society.

⁴⁸ Habermas J. “Strukturwandel der Öffentlichkeit” Fr.a. M.,1990, С. 45 (дам ишлэв)

УЛС ТӨРИЙН ИМИЖ: ОНОЛ, ҮЗЭЛ БАРИМТЛАЛ**У.Батцэрэн***ШУА-ын ФСЭЗХ-ын Улс төрийн секторын ЭША, МУИС-ийн Улс төр судлалын тэнхмийн докторант***Түлхүүр үг:** Имиж, улс төрийн имиж, имижийн хэв маяг, технологи

Товч утга: Image гэдэг үг нь шинж төрх, нэр хүнд гэсэн утгатай англи үг бөгөөд улс төрийн агуулгаараа зориудын реклам, сурталчилгаагаар бий болгосон улс төрийн зүтгэлтний нэр хүнд юм. Улс төрийн имиж нь улс төрийн зүтгэлнийг олон түмэнд тааламжтай эерэг харилцааг бий болгоход голлон нөлөөлнө. Имиж нь улс төрчийн ба сонгогчийн хоёулангийн ашиг сонирхолыг хангахын тулд үйлчилж, ашиг сонирхолуудыг нь нэгтгэхийг хичээдэг. Энэ нь сонгогчдын төрийн бодлогод өөрийн шаардлагаа хүргүүлж байх хүнтэй байх эрмэлзэл, түүнд нь нийцүүлэн эрх мэдэлтэ болох гэсэн улс төрчийн хүслээр илэрч байгаа юм. Ийм учраас тэдгээрийн хоорондын зүй зохистой харилцаа нь улс төрийн харилцааг зөв замаар хөгжүүлэхэд чухал ач холбогдолтой юм. Улс төрийн субъектэд өөрийн имижээ бүрдүүлэх асуудал нь туйлын чухал байдаг. Нийгэм, улс төрийн өдөр тутмын амьдрал, бүх шатны сонгуулийн үед нэр дэвшигчдийн имиж бүрдүүлэлтэнд төрөл бүрийн туслалцаа үзүүлэх, улс төрийн үйл ажиллагааг зохион байгуулах арга зүй, аргачлал, дадал туршлагыг өндөр түвшний зөвхөн улс төрийн имижмейкерүүд хийж гүйцэтгэдэг.

ИМИЖ

Улс төрийг, төрийг жолоодох урлаг болохынх нь хувьд хувь хүн, улс төрийн нам, улс төрийн хошуучлагчийн улс төрийн үйл явцыг өрнүүлэгчийн хувьд, сонгогч-сонгогдогч хоёрын хоорондын боломжит зохистой хэлхээ холбоог бүрдүүлэх болон улс төрийн үйл явцыг тавьсан зорилгодоо захируулах, улмаар үүнийхээ тусламжтайгаар гарах үр дүнг тодорхойлж чаддаг байх нийгэм-улс төрийн хэрэгцээ захиалгаар имиж судлалын шинжлэх ухаан үүссэн.

Image гэдэг үг нь шинж төрх, нэр хүнд гэсэн утгатай англи үг бөгөөд улс төрийн агуулгаараа зориудын реклам, сурталчилгаагаар бий болгосон улс төрийн зүтгэлтний нэр хүнд юм. Имиж нь бизнесийн салбарт бүтээгдэхүүнээ худалдан, борлуулах, үйлчлүүлэгчдээ нэмэгдүүлэхийг зорьдог. Имиж нь урт удаан хугацааны туршид бүрэлдэж, өсөж, унаж, сарниж, бүдгэрч, тодорч байдаг үйл явц юм.

Имиж нь нийгэм-улс төрийн /оюун санааны/ ба эдийн засгийн /материаллаг/ орчноос ханамж авах хэрэгцээ, түүнийгээ хангах хэрэгсэлтэй холбоотойгоор бүрэлдэн тогтдог. Имиж өнөөгийн нийгмийн бүх хүрээнд, улс төр, эдийн засаг, соёл урлаг, сонирхолын бүлэг, мэргэжлийн байгууллагад ч байдаг зүйл бөгөөд ямар имижтэй байгаа эсэх нь тэдний ажил үйлс, амжилт ихээхэн шалтгаалж байдаг. Ромын католик сүм хийдэд ч өөрийн гэсэн имиж байдаг. Ромын Папын дэргэд түүний имижийг бүрдүүлэх үүрэгтэй бүхэл бүтэн

алба ажилладаг байна. Хамгийн гол нь имижийг амжилттай, сайн бүрдүүлнэ гэдэг бол хэцүү, харин нэгэнт бүрдсэн имижийг үгүй болгох маш амархан, хэдхэн хормын асуудал гэдгийг ойлгох нь хувь хүн, байгууллага мөн имижийг бүрдүүлж буй мэргэжилтэн нарт хамгаас чухал зүйл юм.

Олон түмний харилцаа нь улс төрийн хүрээнд төлөөллийн ардчилалын механизмаар дамжуулан төр засгийн үйл ажиллагаанд оролцох, хүсэл эрмэлзлэлээ илэрхийлэх үйлдлүүд нь тодорхой “бие” хүнээр илэрдэг. Энэхүү харилцаа нь субъектив-объектив хэмээх хоёр хүчин зүйлийн хоорондох харилцан үйлчлэлийн үр дүнд үүсдэг. Иймд субъект тодорхой арга хэрэгслийн тусламжтайгаар объектоо хянах буюу объектдоо хянуулах болдог. Тэрхүү арга хэрэгслийн нэг бүрэлдэхүүн хэсэг нь тухайн субъектийн имиж мөн. Үүнийг маш олон арга хэрэгслээр бий болгодог.

Имиж нь хувь хүн, байгууллага, үйл явцын мөн чанарыг илэрхийлдэг хэлбэр юм. Бид өөрсдөө мэддэггүйч амьдралд тухайн хүнийхээ имижийг нь үндэслэн тухайн хүнтэй харилцаж, түүнийг дүгнэн хэлэлцэж мөн түүнд санал өгдөг.

Английн судлаач Элери Семпсон “Таны хувийн имиж бол таны зураг юм. Та имижгүй байж чадахгүй. Та хүссэн ч бай, хүсээгүй ч бай бусдад үзүүлэхээр өөрөө сонгож авсан тэр л зүйлийг хүмүүс харж байдаг.”⁴⁹ гэжээ. Имиж нь бидэнд ямар нэгэн хэлбэр агууллагаар дамжин илэрч буй үзэгдэл юм. Бид юмыг төсөөлөн бодохдоо имижээр нь ойлгон дүрсэлдэг. Жишээ нь: багш хүн гэхээр шил зүүсэн, хавтас барьсан, костюмтай, их мэдлэгтэй хүнээр харин, эмч хүн чагнуур зүүсэн, цагаан халаадтайгаар бидэнд тус тус төсөөлөгддөг.

Хэвлэл мэдээлэл, цуу яриа, хийж бүтээсэн зүйл, өөрийн баримтлан хэрэгжүүлж буй үзэл суртлын үр дүнд имиж нь тогтон төлөвшихдөө өөрийн гэсэн хэд хэдэн арга замаар бий болох боловч ерөнхийдөө хоёр үндсэн хандлагаар бүрэлдэнэ. Үүнд:

1. Жам ёсны үүсэл. Монголчуудын амьдардаг гэрийн хаалга намхан байдгийн учир нь гаднаас орж ирж буй хүн тухайн айлын гал голомтонд мөргөдөг. Энэ л монголчуудын зан заншил монголын имиж юм. Олон зуун жилийн түүхэн урт удаан хугацааны явцад бүрэлдэн бий болсон дүр төрх төсөөлөл нөгөө л имиж гэдэг зүйл.
2. Зохиомлоор үүсгэх буюу имиж бүрдүүлэх. Энэ нь тухайн объект /хувь хүн, улс төрийн хошуучлагч, улс төрийн нам, байгууллага, үйл явдал гэх мэт/-ыг нийгэмтэй, олон нийттэй харилцаа холбоо тогтоох замаар дамжуулан холбож уг объектын имижийг өсгөх зорилгоор ямар нэг субъект тухайн объектын имижийг хийж өгдөг. Уг субъектыг имижмейкер гэнэ.

Имижмейкер нь имижийг бүтээхдээ

1. Имиж өсгөх

⁴⁹ Ганхуяг.Д. “Хошуучлагчийн улс төрийн имиж түүнийг бүрдүүлэхүй”. УБ., 2004.

- Унасан имижийг өсгөх, сэргээх
 - Нэгэнт тогтворжсон имижийг илүү өсгөн нэмэгдүүлэх
2. Имижийг хадгалах гэсэн үндсэн хоёр хандлагаар имижийг бүтээдэг. Өөрөөр хэлбэл нэгэнт тогтвортой, өндөр имижийг унагачихгүй хадгалан барьж байх үйл ажиллагаа юм.

Имиж яагаад хэрэгтэй байдаг вэ? Хэн нэгэнд ямар нэгэн хүний тухай эсвэл ямар нэгэн объектын тухай тодорхой санаа бодол, сэтгэгдэл төрж байвал энэ нь тухайн объектын талаар шийдвэр гаргахад нөлөөлж байдаг. Хэрэв ямар нэгэн хүн, объект танд таалагдаж байвал танд эерэг сэтгэгдэл, эерэг имиж төрж байна гэсэн үг. Харин танд таалагдахгүй байвал сөрөг имиж төрж байна гэсэн үг. Аливаа хүн өөрт таалагдсан хүнтэй хамтран ажиллах, түүнийг дэмжин, сонгохыг хүсч байдаг. Ийм учраас улс төрийн зүтгэлтнүүд, улс төрийн намууд нь олон нийттэй харилцаа холбоо тогтоож тэдний санаа бодолд эерэгээр нөлөөлөхийг эрмэлздэг. Ийм учраас улс төрийн хошуучлагчид, сонгуульд нэр дэвшигчид, улс төрийн намууд өөрсдийн имижийг бүрдүүлэхэд онцгой анхаардаг.

Имиж бүрдүүлэх шаардлагатай хүмүүсийг ерөнхийд нь гурван бүлэгт хувааж болох юм. Үүнд:

- Нэгдүгээрт: дэлхий нийтийн хэмжээнд болон олон нийтэд алдартай (имижтэй) хүмүүс орох бөгөөд тэдэнд имиж бүрдүүлэх эсэх талаар зарим хүмүүс эргэлзэж байдаг. Нэгэнт тэд олон нийтэд нэр хүндтэй, өндөр имижтэй байдаг учраас тэдэнд имиж бүрдүүлэх шаардлагагүй гэж зарим хүмүүс үздэг. Гэхдээ тэд хэдийгээр олон түмэнд танил болсон, өндөр нэр хүндтэй хүмүүс ч гэсэн аливаа үйл явдалд тэр тусмаа улс төрийн үйл ажиллагаа, улс төрийн сонгуульд оролцох шаардлага тулгарвал тэдний уламжлалт имижээс гадна улс төрийн имижийг бий болгох, олон нийтийн дунд тэднийг улс төрийн байр суурь, мэдлэг чадварыг таниулах шаардлага шинээр гарч ирдэг.
- Хоёрдугаарт: тухайн албан тушаал, эзэлж байгаа байр сууриа хадгалахыг эрмэлзсэн, шинэ өрсөлдөгчдөөс эмээн болгоомжилсон, сэтгэл зүйн хувьд түгшсэн байдалтай хүмүүсийг хамааруулан үзэж, тэдэнд өөрсдийн имижийг өсгөн нэмэгдүүлэх, шинээр имиж нэмж бүрдүүлэх шаардлага зүй ёсоор тулгарч байдаг.
- Гуравдугаарт: имижийн талаар зохих мэдэгдэхүүн байхгүй буюу эсвэл тэдэнд имиж хэрэггүй, тэдэнд имижмейкер хэрэггүй гэж үздэг хүмүүс байдаг. Энэ бүлгийн хүмүүстэй ажиллахад дээрх хоёр бүлгийн хүмүүстэй ажиллахаас илүү хүндрэл тохиолдож болох юм. Энэхүү бүлгүүдийн имижийг бүрдүүлэх нь сэтгэл зүйн онцлог, нийгмийн байр суурь, өөрсдийнх нь сонирхол, идэвхи чармайлт, үнэлэмж нь өөр өөр байх учир имиж бүрдүүлэх технологи нь харилцан адилгүй байдаг.

Математикийн энгийн үйлдлүүдэд хэрэглэгддэг дөрвөн хууль байдгийн адил имижд ч гэсэн мөн дараахи хуулиуд үйлчилдэг. Үүнд:

- Нэмэх хууль: энэ нь имиж зохицлын үр дүнд хүчтэй имиж улам хүчирхэгжиж тэр ч бүү хэл өөрт байдаг сул талаараа ч гэсэн

имижээ нэмэгдүүлж байдаг. Өөрөөр хэлбэл хошуучлагчийн хүчтэй имижийг улам нэмэгдүүлж, сул талыг давуутай имижрүү нь татан оруулж байдаг. Практикт ямар ч хүчтэй имиж өөртөө тодорхой нэг хэмжээгээр сул талуудыг агуулж байдаг. Имиж нэмэгдэх шалтгаан гэвэл хошуучлагч хүн өөрийн имижийн эерэг дүгнэлтийг өсгөхийн тулд нийгмийн сөрөг байдлыг нээн илрүүлэхийг оролддог явдал юм.

- Хасах хууль: имиж дэх сөрөг шинжүүд дотоод, гадаад хүчин зүйлийн улмаас улам ихсэх үзэгдэл байдаг. Жишээлбэл имиж сарних үзэгдэл байна. Зарим хүмүүс өөрийн имижийг өсгөхийн тулд өөрийн талаархи эерэг гэж үзсэн болгоноо олон нийтэд хүргэж, өөрийн сайн гэж үзсэн болгоноо өөрийн имижийг нэмэгдүүлэх зорилгоор өөртөө имиж нэмж хийхийг оролддог. Гэвч ингэснээр уг хүний имиж түүний бодсоноор нэмэгдэхгүй харин ч тухайн хүний өндөрт байсан имиж сарниж, буурах үзэгдэл ажиглагддаг.
- Хуваах хууль: имижийг бүхэлд нь авч үзэхээс гадна имижийг хэсэгчилж, хувааж авч үзэх хэрэгтэй байдаг. Энэ нь аль нэг имижийг тусгайлан авч үзэхэд тустай. Жирийн иргэд татвар нэмэгдүүлэхийн эсрэг байр суурьтай, энэ талаар сөрөг имижтэй байх нь баян чинээлэг хүмүүсээс төрөөс авах татварыг нэмэгдүүлэхийг дэмжихэд улс төрийн шийдвэр гаргагчдад нөлөөлдөг.
- Үржүүлэх хууль: имиж нь тусгайгаас ерөнхийд, ерөнхийгөөс тусгайд шилждэг. Сонгогчид саналаа нэр дэвшигчдэд өгөхдөө намын имижийг харгалзан үздэг бөгөөд энэхүү зүй тогтол нь урьдчилан төлөвлөгдсөн найруулгын дагуу өрнөөгүй тохиолдолд түүнийг зайлшгүй засах шаардлагатай болно. Америкчууд ийм зорилгоор спиндоктор гэсэн нэртэй шинэ мэргэжилтнүүдийг ашигладаг. /Спиндоктор нь хүрэх зорилгодоо нийцүүлж өгөгдсөн боломжуудыг сайтар тооцож ажилладаг мэргэжилтнүүд юм. Имижийг бүтээх томоохон үүргийг олон нийтийн санаа бодлуудын өгөгдлүүдийг өөрчлөх “мэдээлэл” гүйцэтгэдэг. Энэ нь коммуникаци орох хамгийн чухал цэг юм. Поль Лазерсфельд коммуникатив судалгааны мөн чанарыг хэн, хэнд, юуг, ямар байдлаар хэлсэн гэсэн бүрдлээр тодорхойлон гаргасан. Үүнийхээ үндсэн дээр тэрээр өөрчлөлт нь огцом шууд бус, харин тодорхой хугацааны туршид явагддагийг тогтоон илрүүлсэн./

УЛС ТӨРИЙН ИМИЖ

Улс төрийн имиж бүрдүүлэлт нь өөрийн гэсэн онцлог шинж, чанар бүхий арга хэлбэрүүдийн үр дүнд бий болсон нарийн цогц улс төрийн ухамсарын ойлголт юм.

Улс төрийн имиж нь улс төрийн зүтгэлнийг олон түмэнд тааламжтай эерэг харилцааг бий болгоход голлог нөлөөлнө. Имиж нь улс төрчийн ба сонгогчийн хоёулангийн ашиг сонирхолыг хангахын тулд үйлчилж, ашиг сонирхолуудыг нь нэгтгэхийг хичээдэг. Энэ нь сонгогчдын төрийн бодлогод

өөрийн шаардлагаа хүргүүлж байх хүнтэй байх эрмэлзэл, түүнд нь нийцүүлэн эрх мэдэлтэ болох гэсэн улс төрчийн хүслээр илэрч байгаа юм. Ийм учраас тэдгээрийн хоорондын зүй зохистой харилцаа нь улс төрийн харилцааг зөв замаар хөгжүүлэхэд чухал ач холбогдолтой юм.

Чухам үүнд имиж судлал үйлчилж, сонгогч буюу олон түмний сэтгэл зүйн болон үнэлэмжийн орчин, тэдгээрт хүрэхэд мэдээллийн ямар сувгийг ашиглах, үр дүнг урьдчилан тооцох, эргэх харилцаа хэрхэн байх зэрэг өргөн хүрээтэй асуудлыг судалж байдаг нь имижлогийн шинжлэх ухааны учир холбогдол нь харагдах билээ.

Америкийн судлаач Полли Берд “Имиж нь таны үзэгдэх байдал, яриа хөөрөө, хувцас хунар, үйлдэл мөн түүнчлэн таны байгаа аксессуар, хүрээлэл, компани зэргийг багтаана” гэжээ. Үүнийг дүгнэж үзэхэд имиж нь хэд хэдэн зүйлийн бүрдэл болох нь ажиглагдаж байгаа боловч дөрвөн үндсэн зүйлд хувааж болох юм.

1. Хүрээлэлийн хүчин зүйлс: Тухайн хүний унаа, байр, ажлын өрөө, хэрэглэж буй гар утас, үзэг зэрэг багтана. Энэ нь хувь хүний төдийгүй хамт олны, пүүс компани, албан байгууллагын имиж болдог. Жишээ нь Сургууль бүр өөр өөрийн гэсэн имиж, нэр хүндтэй. Зарим сургууль чанартай сургалттай, лидерүүдийн сургууль хэмээн өөрийн имижээ бүрдүүлдэг бол зарим нэг нь огт ондоо байдаг. Сургуулийн имижээс таны имиж бас шалтгаалж болно. Харвардын их сургуулийг төгсөөд ирсэн хүнийг бид өөр нүдээр харна. Тэр хүн ч ондоо имижийг түгээдэг.
2. Габитор буюу гадаад хүчин зүйлс: Хувцаслалт, гадаад үзэмж, царай төрхийг илэрхийлсэн ойлголт “Хувцасаар нь угтаад ухаанаар нь үддэг” байсан бол өнөө үед “хувцасаар нь угтаад хувцасаар нь үддэг” болсон байна. Монголчууд бид зиндаархах гэж ярьцгаадаг. Энэ нэг их буруу зүйл биш. Бизнесийн гэрээ хийх гэж байгаа бол нөгөө талаасаа дутахааргүй хувцаслах хэрэгтэй болно шүү дээ. Бизнес хийж буй хүндээ баян хүн, эргээд хэрэг болох ирээдүйтэй хүн гэсэн сэтгэгдлийг төрүүлэх хэрэгтэй. Хувцасаа цаг үедээ тохируулж өмсөх нь хүртэл нарийн, албан хэргийн хувцас, гоёлын хувцас, ёслолын хувцас, жирийн үед өмсөх хувцас гээд л... Албан хэргийн үед эрчүүд костюмны доод товчийг товчлохгүйгээр зангианы хавчаараа зангианы доод талаас таван хуруу зайд зүүх жишээтэй. Энэ хүчин зүйлд зөвхөн хувцаслалт биш арьсаа арчлах, үсээ тохируулж засуулах гээд л бүгд орно.
3. Вербаль буюу ярих чадвар: Тухайн хүний яриа, дуу хоолойны өнгө, харилцааны соёл, үгийн сонголт, илтгэх, бичих чадвар зэрэг нь имижийг бүрдүүлдэг. Гоё дэгжин хувцаслачихсан, олонд нэртэй хүн олны өмнө гараад ээрч муураад ярьж чадахгүй байвал хэн ч гэсэн сэтгэл дундуур байна. Цэгцтэй сэтгэж, цэгцтэй илэрхийлэх чадвар бол хүний хамгийн томоохон чадваруудын нэг. “Ярьж чаддаггүй хүн тушаал дэвшдэггүй” гэдэг шиг олны өмнө өөрийн үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлж чаддаггүй бол та амжилтанд хүрэхгүй. Өөрийн имижээ амжилттай бүрдүүлж алдаршсаны үр дүн нь гэвэл уран үгэнд ухаан байр сууриа тавьж өгч байгаа явдал юм. Гэхдээ уран ярьсан болгоныг ухаантай гэж ойлгож бас болохгүй.

Уран илтгэл, яруу найраг хоёр ондоо гэдгийг ойлгох хэрэгтэй. Илтгэл тавих гурван дүрмийг танилцуулахад:

- Ритмийн зарчим: Дуу хоолойны өнгөө тохируулах:
 - Агуулгын зарчим: Сонирхолтой жишээ, тоо баримт, харьцуулсан судалгаа оруулах:
 - Сонсогчтой холбоо тогтоох зарчим: Энд таны дохио зангаа, харьцаа /сонсогчид дээр бүлэглэж тогтоох гэх мэт/
4. Кинетик хүчин зүйлс: Хүний алхаа гишгээ, зогсолт, гарын хөдөлгөөн нүүрний хувирал зэрэг багтдаг. Хошуучлагч хүн ямар ч тохиолдолд тайван, гараа савчихгүй алхах ёстой. Энэ нь тухайн хүн сэтгэлийн хөдөлгөөнөө барьж, аливаа асуудалд сэтгэл хөдлөлөөр бус оюун ухаанаар ханддагыг гэрчилдэг. Гар барих хүртэл өөрийн онцлогтой. Алгаа дээш нь харуулж гар барьж байгаа хүн нөгөө хүнээ хүндэлж байгааг гэрчилнэ. Алгаа доош нь харуулж гар барьж байгаа хүн харилцагчаа өөрөөсөө доогуур үнэлж байгаагийн илрэл. Дээш нь ч биш доош нь ч биш харуулж гар барьж байгаа бол ижил түвшинд харилцагчаа авч үзэж байна гэсэн үг.

Улс төрийн имижийг бүрдүүлэх нэгэн хүчин зүйл нь нэр хүнд юм. Их гүрнүүдийн улс төрчид өргөн мэдлэг, дадлага, туршлагаа олон түмэнд тусгайлан харуулах өөрийн арга хэрэгсэлтэй байдаг. Тэд хэвлэлийн бага хурал, олон түмэнтэй хийх уулзалт, албан ёсны арга хэмжээнд биеэ авч явах эзэмшсэн өвөрмөц тодорхой хэв маягтай байдаг. Жишээ нь: Францын ерөнхийлөгч Шарль де Голль гэхэд нэг ч асуултанд урьдчилан бэлтгэхгүйгээр хариулдаггүй байжээ.

Улс төрийн имижийн үндсэнд юу оршин байдаг вэ? имижийг зөв бүрдүүлнэ гэдэг бол маш нарийн асуудал юм. Дорнын хошуучлагчидийн баримталдаг зарчим бол тэд бидний өмнө яг бидэнтэй адилхан харагдахыг хичээдэг. Өрнөдийнхөн өөрийн ардчилсан дүр төрхөө олон нийтэд мэдэгдэх, түүгээрээ бусдад таалагдахыг хичээдэг онцлогтой.

Улс төрийн имиж нь улс төрийн хошуучлагчийг олон түмэнд тааламжтай, эерэг харилцааг бий болгоход голлон нөлөөлөхөд оршдог. Имиж нь улс төрийн хошуучлагч ба сонгогчдын хоёулангийнх нь ашиг сонирхлыг хангахын тулд үйлчилж, ашиг сонирхлуудыг нь нэгтгэхийг хичээдэг. Энэ нь сонгогчдын төр засгийн бодлогод хүсэл шаардлагаа тусгуулах өөрсдийн хүнтэй байх эрмэлзэл, нөгөө талаас үүнд нь өөрийгөө нийцүүлэн эрх мэдэлтэй болох гэсэн улс төрийн хошуучлагч, улс төрийн нам, бүлгүүдийн хүсэл сонирхолоор илэрнэ. Иймээс тэдгээрийн хоорондын зохистой харилцаа нь улс төрийн харилцааг зөв замаар хөгжүүлэхэд чухал ач холбогдолтой билээ.

Манай улсын өнөөгийн олонхи сонгогч сонгуульд саналаа өгөхдөө нэр дэвшигч аль нам, бүлгийг төлөөлж буйг бус хувийн шинж чанарыг илүүтэй харгалздаг болсон байна. Улс төрийн хошуучлагчийн имиж гэдэгт тухайн зүтгэлтний талаархи сонгогчдын таньж мэдсэн бүх зүйлийг багтаан ойлгодог. Үүнд тухайн хошуучлагчийн дүр зураг, бусдад ойлгогдсон төсөөлөл, нэр хүнд, бусдаас өгсөн үнэлгээ багтдаг. Сонгогч улс төрчдийг яг байгаагаар нь бүрэн таньж мэдсэн учраас бус, харин өөрийн ойлголт, төсөөллийг үндэслэн тухайн субъектэд саналаа өгдөг. Үнэндээ улс төрийн хошуучлагчийг зөвхөн имижээр нь

таньж, үнэлж дүгнэн сонгодог. Үүнд л улс төрийн шинжлэх ухааны нэгэн гол салбар болох имиж судлал үйлчилж сонгогч буюу олон түмний сэтгэл зүйн болон үнэлэмжийн орчин, тэдгээрт хүрэхэд олон нийтийн мэдээллийн ямар сувгийг ашиглах, дүнг урьдчилан тооцох, эргэх харилцаа хэрхэн байх зэрэг өргөн хүрээтэй асуудлыг судалж байдаг нь имиж судлалын шинжлэх ухаан хэрхэн ач холбогдолтой болохыг харуулж байна.

1980-аад оны сүүлээр имиж хэмээх ойлголтыг зөвхөн тухайн үеийн хошуучлагчдийн баримтлан явуулж буй үзэл суртал, улс төрийн бодлогын хэрэгжилтийн үйл ажиллагаа, уриа лоозонгоор ойлгож байсан. Харин 1990-ээд оны эхээр монголын нийгмийн хөгжилд өөрчлөлт шинэчлэлт /улс төрийн олон ургалч үзэл, санаа/ гарч ирсэнээр бид улс төрийн шинжлэх ухааныг өргөн утгаар нь төдийгүй салбар шинжлэх ухааныг нь ч судлан үзэх болсон билээ. Улс төрийн хошуучлагчид, улс төрийн намууд нь олон нийттэй харилцаа холбоо тогтоож тэдний санаа бодолд эерэгээр нөлөөлөхийг ихээхэн эрмэлздэг. Ийм учраас улс төрийн хошуучлагчид, сонгуульд нэр дэвшигчид, улс төрийн намууд өөрсдийн имижийг бүрдүүлэхэд онцгой анхаардаг болсон.

Сонгуульд нэр дэвшигчийн имиж, түүнд нөлөөлөх хүчин зүйлс нь нэр дэвшигчийн гадаад төрх байдал, хувцаслалт, оюун ухааны чадвар, хэл ярианы соёл, намын болон нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр, амлалт, түүний хэрэгжих магадлал, нэр дэвшигчийн нэрийг дэвшүүлсэн нам ямар нам болох, нэр дэвшигчийн түүх намтар, нэр хүнд, мэдлэг боловсрол, ажил хэргийн болон мэргэжлийн ур чадвар, хувь хүний шинж чанар зэргийг илтгэн харуулж сонгууль буюу улс төрийн зах зээл дээр өрсөлдөж чадах эсэхийг харуулсан үзүүлэлт нь болж байдаг.

Улс төрийн имижтэй зайлшгүй холбоотой ойлголт бол **улс төрийн хошуучлал** юм. Энэ нь улс төр судлалын шинжлэх ухааны нэн чухал томоохон асуудлын нэг. Жишээлбэл олон нийтийн байгууллага, албан газар, шашин, гудамжны жагсаал цуглаан зэрэгт бүгдэд нь хошуучлагч байдаг. Хошуучлалын бүх хэлбэрүүдийн дотроос улс төрийн хошуучлал чухал байр суурийг эзэлдэг. Хошуучлалын тухай ойлголтыг тайлбарлах оролдлого эрт үеэс эхлэлтэй. “Эртний Грекийн гүн ухаантан Геродот, Плутарх нар түүхэн үйл явдлын гол баатрууд нь хаад, цэргийн жанжнууд гэж үзэж байсан бол, гүн ухаантан Перикл /одоогоос 2400 гаруй жилийн өмнө/ улс төрийн бодлогыг жинхэнэ ёсоор явуулж чаддаг хүн цөөхөн байдаг хэдий ч улс төрийн тухай иргэн бүр шүүн хэлэлцэж чаддаг.”⁵⁰ гэжээ.

Хошуучлагч сэтгэл татам арга барилтай байгаад зогсохгүй, тавьсан зорилгодоо хүрэхийн тулд бүлгийг нягтруулах, бүрдүүлэх чадвар чухал гэсэн үзэл санаа сэргэн мандлын үе, хөрөнгөтний хувьсгалын үед нэлээд дэлгэрчээ.

Хошуучлал гэдэг нь англиар leadership гэсэн үг юм. Судлаач Эдингер: “Хошуучлал гэдэг нь нөлөө, нэр хүнд, эрх мэдэл ба бусдыг хянах явдал юм”⁵¹ гэж тодорхойлжээ. Хошуучлагчид өндөр мэдлэг боловсрол, биеэ авч яваа

⁵⁰ Пүрэвсүрэн. Л. “Leadership”. Шинэ толь сэтгүүл. УБ., 1999. 157

⁵¹ Ганхуяг.Д. “Хошуучлагчийн улс төрийн имиж түүнийг бүрдүүлэхүй”. УБ., 2004.

байдал, илтгэх чадвар, зорилгод хүрэх хүсэл эрмэлзэл, ярианы соёл, хүнтэй харьцах эв дүйгээрээ буюу шинжээрээ хүмүүст нөлөөлж байдаг.

Улс төрийн нам-ын имиж гэж юу вэ? Энэ нь хэрхэн бүрэлддэг вэ? Энэхүү бүрэлдэн бий болсон имиж нь өсөж, буурч, сарниж өөрчлөгддөг үү? зэрэг олон асуудал улс төрчид, улс төр судлаачдын анхаарлыг татдаг.

Улс төрийн намын үүслийг XVII-XVIII зууны үеэс эхлэн тооцдог бөгөөд энэ нь язгууртны дугуйлан, жлс төрийн клуб, олон түмнийм гэсэн гурван үе шатыг дамжин хөгжиж иржээ. Дугуйлан, клубын үе шатыг улс төрийн намын ТҮҮХИЙН ӨМНӨХ ҮЕ гэж үздэг. Европод олон түмнийг хамарсан улс төрийн намууд XIX зууны сүүлийн хагаст бүрэлдэснээр орчин үеийн намын үүсэл тавигдсан юм.

Нам хэмээх нь *pars* - нэгэн зүйлийн хэсэг гэсэн латин үгнээс гаралтай ойлголт юм. Улс төрийн нам гэж юу вэ? гэдэг асуултанд олон янзын хандлага, тодорхойлолт байгаа ч эдгээрийг дүгнэвэл, нам гэдэг нь засгийн эрхийн төлөө эрмэлзэж, улс төрийн үйл ажиллагаа явуулдаг, тодорхой зохион байгуулалтай нийгмийн институт юм.

Орчин үеийн улс төрийн намуудад “засгийн эрхийг авах, түүнийгээ тогтоон барих” гэсэн үндсэн сонирхол давамгайлдаг. Өөрөөр хэлбэл үзэл суртлын гүн гүнзгий ялгаа байхгүй болсон гэсэн үг. Харин орчин үеийн улс төрийн намуудын хоорондоо ялгарах гол ялгаа нь тэдний имиж болж байна.

Улс төрийн намууд нөлөөллийн хамгийн их үр ашигтай гэсэн арга хэлбэр, сувгуудыг сонгон өөрийн мөрийн хөтөлбөрийг сонгогчдын хүсэн хүлээсэн тэр хэлбэрээр дэвшүүлэх хэрэгтэй. Улс төрийн нам бүхэн өөр өөрийн гэсэн тодорхой имижтэй байж, түүнийгээ хадгалах, мөн сонгогчдын сэтгэлд хүрэхүйц тийм имижийг бүрдүүлэхийг эрхэмлэдэг.

Америкийн судлаач Стив Хупер улс төрийн намын имижийг амжилттай бүрдүүлэх дөрвөн зарчмыг тэмдэглэсэн. Үүнд:

1. Нам гэдэг “ариун гэр бүл” дотор хагарал байх нь сонгогчдод сөрөг сэтгэгдэл төрүүлдэг;
2. Эдийн засгийн асуудлыг шийдэх чадвартай гэдгээ байнга давтах;
3. Ирээдүйг харах чадвартай гэдгээ үзүүлэхийн тулд хөгжлийн концепци боловсруулах хэрэгтэй;
4. Сөрөг хүчинд засгийн эрх шилжвэл ямар аймшигтай зүйл бий болохыг сурталчлах.

Хүмүүсийн хүсэл сонирхлыг өөрийн сэтгэл зүрхэнд тээж яваа гэдэгт итгэж буй тэр л улс төрийн хүчнийг олон түмэн дэмжих болно гэсэн нэгэн суурь зарчим улс төрийн хүрээнд үйлчилдэг.

Улс төрийн нам нь имижээ бүрдүүлэхдээ дотоодын эв нэгдэл, эдийн засгийн аливаа асуудлыг шийдэх чадвар, ирээдүйгээ харсан алсын хараатай байх сөрөг хүчнийхээ алдаан дээр тоглож чаддаг байх зэргийг гол зарчимаа болгох явдал юм.

Хүмүүсийн зарим хэсэг нь улс төр сонирхдоггүй /магадгүй бүр ч их сонирхдог байж ч болох юм/ мөн улс төрчид бидний төлөө ажилладаггүй гэж үздэг тул улс төрийн намын ухуулга сурталчилгаа нь сонгогчдын үзэл бодол, хүсэл сонирхолтой бүрэн нийцэж байх ёстой. Өөрөөр хэлбэл өөрийн үзэл

бодлоо олон түмэнд танилцуулахдаа хэрэглэх арга хэлбэр, тактикаа зөв сонгох учиртай. Улс төрийн намуудын сонгуулийн имиж үндсэндээ дараах дөрвөн зарчимд тулгуурладаг. Үүнд:

1. Сонгууль хүртэл аажмаар удаан хугацааны турш имиж бүрдүүлэх.
2. Өдөр тутмын тулгамдсан асуудалд өөрийн дуу хоолойг гаргах.
3. Намын бус шинжээчдийг өөртөө татах.
4. Имиж нь улс төрийн бодлогын орлогч биш харин түүнийг нөхөн гүйцээгч гэдэг талаас нь ажиллах зэрэг юм.

Энэ бүхнийг хэрхэн ашиглаж зохицуулж байна гэдгээс улс төрийн намын имиж, түүнд хандах олон түмний үнэлэлт ихээхэн шалтгаалдаг. Улс төрийн имиж гэдэг нь нийгэм улс төрийн өдөр тутмын болон тодорхой цаг хугацаанд оролцож буй субъектуудын оролцох оролцоо, түүнд хандах байр суурь, үйл ажиллагааны бодит хэлбэр, бусдын зүгээс өгч буй үнэлэлт дүгнэлт, ард түмэн болон нийгмийн бусад бүлгүүдийн хүлээн авч буй төсөөлөл түүний илэрхийлэл юм.

Өөрөөр хэлбэл бид өнөөгийн Ерөнхийлөгч, УИХ, УИХ-д суудалтай улс төрийн намууд, засгийн газар, улс төрчдийн хийж буй үйл ажиллагаа зэргийг мэдээллийн сувгаар дамжуулан хүлээн авч түүндээ өөрийн бодол санааны үүднээс дүгнэлт өгөх зэргээр улс төрийн имижийг илэрхийлж байдаг. Улс төрийн шинжлэх ухаан нь өнгөрсөн, одоо, ирээдүй цагийн нийгмийн үйл ажиллагааг судлан шинжилж улмаар ирээдүйрүүгээ тэмүүлсэн бодлогыг тодорхойлдог тул улс төрийн имиж судлалын салбарыг субъект тус бүрээр нь авч үзэж судлах нь улс төрийн шинжлэх ухаан болоод нийгмийн хөгжилд ихээхэн ач холбогдолтой юм.

ИМИЖ ТҮҮНИЙ ХЭВ МАЯГ

Имиж гэдэг нь гадаад болоод дотоод шинж байдал, мөн чанарыг илэрхийлсэн ухагдахуун юм.

Улс төрийн имижийг үндсэнд нь:

1. Идеальный /төсөөллийн/
2. Реальный /бодит/ гэж ангилна.

Идеальный имиж нь хүрэх зорилготойгоо нийцүүлэн тавигдсан төгс дүр төрх юм. Өөрөөр хэлбэл имижийн субъектууд нь өөрийн хүрээлэн буй орчин болон дотоод оюун санаандаа нийцүүлэн ирээдүйрүүгээ тэмүүлсэн буюу имижээ бүрдүүлэхээр төлөвлөсөн төсөөлөл юм.

Реальный имиж нь бодит нөхцөл байдалтай уялдуулан бий болгох зорилгоос үүсэлтэй байдаг шинж төрх юм. Өөрөөр хэлбэл амьдарч буй тухайн цаг үеийн нөхцөл байдлаас урган гарсан бодит зүйл. Бодит имижийг дотор нь:

- Бодит оршин буй имиж: гадаад байдал нь илүү түлхүү нөлөөлдөг. Үүнд гадны ямар нэгэн нөлөө орохгүй буюу мэргэжлийн имижейкерүүд улс төрчийн имижийг нь бүрдүүлдэггүй харин субъект нь зөвхөн байгаа байгаагаараа байх явдал юм.

- Зохиомлоор бий болсон имиж: имижмейкерүүд зориуд тухайн субъектынхээ имижийг бүрдүүлэн олон нийтийн анхаарлыг татах.
- Бүрдүүлэхээр төлөвлөж буй имиж: тухайн нөхцөл байдал, ирээдүйрүүгээ чиглэсэн имижийг мэргэжлийн хүмүүсийн үйл ажиллагааны үр дүнд бий болгон төлөвшүүлэх дүр төрх.
- Домогшин үлдсэн имиж: дэлхий дахинд монгол хэмээх нэрийг дурсган үлдээсэн агуу их удирдагч Чингис хаан, Д.Сүхбаатар зэрэг нийгэм, улс төр, цэргийн их удирдагчид.

“Таны дүр бол та хүрээлэн буй ертөнцөд харуулж буй таны хөрөг юм. Энэ хөрөг чинь таны эсрэг биш, харин таны төлөө үйлчилж байх ёстой” гэж судлаач Джеймс өөрийн бүтээлдээ тэмдэглэсэн байдаг.

Улс төрийн имижийг мөн функционал, хөндлөнгийн буюу хүрээлэн буй орчин, үйл ажиллагаа, зохион байгуулалтын хэлбэр зэрээс нь шалтгаалан дараахи байдлаар авч үзэж болох юм. Олонхи судлаачдын хүлээн зөвшөөрсөн имижийн хэв маягийг америкийн судлаач Элери Сетпсон тодорхойлсон байдаг. Түүний үзэж байгаагаар имижийг:

- Өөрийн имиж: бидний өнгөрсөн амьдрал, зан чанар, үнэлэмжтэй холбоотой мөн давж туулсан амьдрал, дурсамж зэргээс улбаатай бодит байдал дээр тулгуурласан имижийнхээ тухай өөрийнх нь төсөөлөл бөгөөд үүнийг жинхэнэ утгаар нь имиж хэмээн ойлгоход учир дутагдалтай.
- Ойлгогдсон имиж: олон нийтийн зүгээс өгч буй санал, дүгнэлт, тэдэнд төрүүлсэн сэтгэгдэл, дурсамж. Энэ нь тухайн улс төрчийн жинхэнэ имиж гэж ойлгож болох юм.
- Шаардагдах имиж: мэргэжлийн үйл ажиллагаатай уялдсан шинж бөгөөд мэргэжлийн онцлогтой тавигдаж буй дүр юм.

Судлаач Элери Сетпсоны имижийн ангилалыг мөн дараахи байдлаар тайлбарлаж болох юм. Үүнд:

- Объектив имиж гэдэг нь сонгогчдод төрсөн нэр дэвшигчийн талаархи сэтгэгдэл юм.
- Субъектив имиж гэдэг нь сонгогчдын нүдэнд би хэн бэ? гэсэн өөрийнхөө тухай нэр дэвшигчдийн төсөөлөл байдаг.
- Субъектийн болон загварчилсан имиж гэж мэргэжлийн имижмейкерүүд болон нэр дэвшигчийн командыг бүрдүүлэхийг оролдож буй төрх шинжийг хэлнэ.

Имижийг объектив, субъектив, субъектийн болон загварчилсан имиж гэж ангилж нь шинжлэх ухааны төвшинд нэлээд оновчтой байж болох юм.

Улс төрийн имиж гэдэг нь тухайн нэр дэвшигчээс үл хамаарах эсвэл шууд хамааралтайгаар олон түмэнд хүрэх түүний талаархи төсөөллүүд мөн. Сонгогчдын олонхи нь улс төрийн дотор руу өнгийж үзэх боломжгүй учраас олон нийтийн харилцаанд шууд ордог иймээс зөвхөн өөрийн олж харсан, сонссон зүйлээс өөрт нь төрсөн бодолдоо тулгуурлан имижд нь саналаа өгдөг.

Имижийн хэв маягийг тодорхойлон үзэхдээ дараах шинжийг нь харгалзан үзэх нь зүйтэй.

- Улс төрчийн гадаад төрх шинж: хувцаслалт, биеийн хөдөлгөөн, дохио зангаа, дуу авиа, биеэ авч явч буй байдлууд
- Улс төрчийн дотоод шинж чанар: шийдвэр гаргах үйл явц, түүнд хандах хандлага, хийж буй үйл ажиллагаа

Мөн имижийн хэв маягийг олон нийтийн бодол санаа, өгч буй үнэлэлт дүгнэлтийн үүднээс дараахи байдлаар авч үзэж болох юм. Үүнд:

- Оюун санааны: улс төрийн үйл ажиллагаа, харилцаанд оролцон өөрийн бодлогыг тодорхой хэмжээгээр гарган хэрэгжүүлж буй улс төрчийн шинж төрх юм.
- Үйл ажиллагааны: гаргасан шийдвэр дээрээ үндэслэн хийж хэрэгжүүлж буй зүйл юм.

Улс төрийн хошуучлагчийн имижийг олон нийтэд хүргэж буй байдлаар нь:

- Зэрэгцүүлсэн имиж: өрсөлдөгчийнхөө имижтэй зэрэгцүүлэн гарган ирж буй сурталчилгааг хэлнэ. Өөрөөр хэлвэл өөрийгөө бусадтай нэгэн зиндаанд тавьж, түүнээс илүү мэтээр харуулах, өрсөлдөгч ямар нэр хүндтэй байна өөрийгөө яг тийм байдлаар таниулах гэсэн зохион байгуулалтай хийж буй үйл ажиллагаа юм.
- Харьцуулсан имиж: өрсөлдөгчийнхөө юмуу эсвэл хэд хэдэн улс төрчдийн зарим нэгэн имижийг хооронд нь харьцуулж сайн талуудыг нь зохиомол хэлбэрээр авч өөрийн имижээ бүрдүүлэхийг хэлнэ.

Имиж бүрдүүлэлтийн үйл явцыг орчны, бүтээлийн, дүр төрхийн, үг яриа, бичгийн, хөдлөгөөний имиж гэж үндсэн хэв маягт авч үзэж болохоос гадна сэтгэл зүйн, зан төлөвийн хандлагууд нь имиж бүрэлдэн, төлөвшихөд чухал үүрэгтэй байдаг.

Орчны имиж: Таны эдэлж хэрэглэж байгаа машин, орон байр, ширээ сандал, тавилга, бусадтай харилцаж байгаа харьцаа зэрэг нь хамт олон, хувь хүмүүсийн хэмжээнд имижийн зөвхөн нэг талыг илэрхийлэн гаргахыг хэлнэ.

Дүр төрхийн имиж: Дүр төрхийн имиж нь аливаа хүний хувцас, хэрэглэл, /үс засалт, гоёл чимэглэлийн зүйл/ царай зүс, биеийн өндөр, нам... гэх мэт гадаад шинжээр илэрхээс гадна темперамент, зан төлөв, ёс зүй, ёс суртахуунаар тодорхойлогддог.

Бүтээлийн имиж: Уран зураг, дуу хөгжим, шүлэг, яруу найраг, тууж роман, ном зохиол, эрдэм шинжилгээний ажлын үр дүн гэх мэт оюуны болон биеийн хүчний хөдөлмөрөөр бүтсэн “бүтэл”-ээс таны талаархи мэдээллийг хүлээн авч дүн шинжилгээ хийж, имижийг тодорхойлон гаргах явдал юм. Таны бүтээл таны имижийг тодорхойлж бусдад нөлөөлж, таныг сурталчилж байдаг.

Үг яриа бичгийн имиж: Бичгийн хэв маяг, үг ярианы сонсгологтой байдал уран яруу хэллэгээр илрэн гардаг. Та амжилтанд хүрэхийг хүсч байгаа бол ярьж сур. Хэрэв ингэж чадахгүй бол хураасан бүх мөнгөө гоо сайхны мэс засалд зориул... мэдлэг эзэмш... гэж доктор Жерард Ниренберг зөвлөсөн байдаг. Имиж судлалд: Юу ярьж байгаа нь чухал биш, харин Яаж ярьж байгаа нь чухал байдаг. Алдар цуутай бүх хүмүүс амжилтыг өөрийн дуу хоолойтойгоо холбож тайлбарладаг. Таны бичгийн хэв маяг ямар байх нь нэг талаар сэтгэхүй, нөгөө

талаар зан төлөвтэй чинь холбоотой боловч цэвэрч нямбай, цэгцтэй гаргацтай бичиг таны имижийг чимэглэж байдаг.

Хөдөлгөөний имиж: Алхаа гишгээ, гарын дохио зангаа, нүүрний хувьсал өөрчлөлт, толгойны байрлал, суух маяг хэлбэр...зэргээр хөдөлгөөний имиж илрэн гардаг. Өөрт дургүй болон тааламжтай байгаа байдлаа царайны хувирал өөрчлөлт, нүдний харц, гарын байрлал, хөлийн тавилт, суусан байдал хөдөлгөөн өөрөө хүмүүс голчлон илэрхийлж байдаг тул эдгээрийг дотоод сэтгэлийн багаж хэрэгсэл гэж нэрлэдэг.

Баримт материал, мэдээлэлд тулгуурласан имиж бүрдүүлэх мэдээллийг шууд буюу хөндлөнгийн гэж хоёр хуваана.

1. Шууд имиж бүрдүүлэлтийн мэдээлэл: Таньтай болон имиж тогтоолгож буй этгээдтэй шууд харьцаж бий болсон, хүлээн авсан мэдээлэл төрсөн сэтгэгдэл юм. Үүнд:
 - Тухайн этгээдийн сэтгэл зүйн онцлог /зан төлөв, темперамент, үзэл бодол, боловсрол мэдлэг/
 - Гадаад төрх /биеийн өндөр нам, хувцас, хэрэглэж буй гоо сайхны зүйлс/
2. Хөндлөнгийн имиж бүрдүүлэлтийн мэдээлэл: Ямар нэг гадны нөлөөгөөр дамжин ирж байгаа мэдээлэл юм. Үүнд:
 - Гуравдагч хүний тусламжтайгаар,
 - Таны үйл ажиллагааны үр дүнгээр,
 - Таныг бүрдүүлсэн орчноор дамжуулан тус тус мэдээлэл авах.

Тухайн хүний талаар ямар нэгэн мэдээлэл хүлээн авч буй хүнийг реципиент /хүлээн авагч/, мэдээллийг өгч байгаа эх үүсвэрийг индуктор /өдөөгч/ гэнэ. Реципиент, индуктротойгоор харьцаж имиж бүрдүүлэлтийн мэдээллийг шууд буюу хөндлөнгийн замаар олж авч байна гэж үзвэл реципиентэд ямар сэтгэгдэл, бодол төрж бий болсныг хянан үзэхэд сэтгэл зүйн гурван хэв шинж ажиглагддаг.

1. Реципиент өөрт төрсөн бодол сэтгэгдэл нь бодит байдалтай нийцэж байгаа, яагаад ийм бодолтой болсноо мэддэг.
2. Реципиент хэдийгээр бодит байдалтай нийцэхгүй байгаа ч өөрт төрсөн бодол сэтгэгдэл нь үнэн юм шиг санагдаж байгааг өөрөө мэдэрч байдаг.
3. Реципиент яагаад түүнд ийм бодол сэтгэгдэл төрөх болсныгоо өөрөө ч мэддэггүй.

Шууд мэдээллийг ухамсарлагдсан буюу ухамсарлагдаагүй гэж хоёр ангилж үздэг. Ухамсарлагдсан мэдээлэл нь мэдээлэл бий болсон шалтгаанаа субъект мэдэж байдаг. Ухамсарлагдаагүй мэдээлэл нь:

- Төсөөлөл /мэдээлэл/ бий болж байгаа шалтгааныг субъект мэддэг
- Төсөөлөл бий болж байгаа шалтгааныг мэдэж байгаар мэтээр субъект бодож байх
- Төсөөлөл бий болж буй шалтгааныг мэддэггүй гэж ангилан авч үздэг

Имиж бүрдүүлэлтийн хөндлөнгийн мэдээллийг ухамсарын түвшин, үнэний байдал, эх үүсвэрээр нь мөн ангилан үздэг. Үүнд:

- Ухамсарын түвшингээр нь ухамсарлагдсан, ухамсарлагдаагүй
- Үнэний байдлаар нь үнэн, илт хуурамч, гуйвуулсан
- Эх үүсвэрээр нь хүмүүсээр дамжин авсан, эд зүйлсээр дамжиж авсан гэж ангилдаг

Тухайн хүн байгууллагын талаар буюу өөрөөр хэлбэл өдөөгчийн зүгээс ямар нэгэн мэдээлэлгүйгээр ч түүний имижийг тодорхойлон гаргах гэсэн үндсэн нэг хэлбэр нь хүлээн авагчийн ухамсартай үйл ажиллагаагаар таамаглал, бодомж төсөөллөөр бий болно.

Өөрийн бүрдүүлж бий болгосон имижийн хэв маягуудыг аль болох олон сувгаар хүмүүст дамжуулж хүргэх нь имиж бүрдүүлэхэд чухал нөлөөтэй.

ИМИЖ БҮРДҮҮЛЭЛТИЙН ТЕХНОЛОГИ

Таны имиж ямар байх ёстой вэ? Энэ бол гарцаагүй имиж бүрдүүлэх технологитой холбоотой асуудал юм.

Эрт үеэс улс төрийн аливаа үзэл санаа, бодлого, хөдөлгөөнийг тодорхой хүний нэртэй холбосоор ирсэн байдаг. Улс төрийг хувь хүнтэй холбох асуудалд өнөөдөр улам их ач холбогдол өгсөөр байна. Ялангуяа манай орны хувьд 1992-2012 оны УИХ, Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн кампанийн үйл ажиллагааг судлан үзэж, ажиглаж байх явцад намын бодлого хөтөлбөрөө нийтэд хүлээн зөвшөөрөгдсөн болон шилдэг улс төрчидийнхээ нэртэй холбох стратегийг өргөн хэрэглэж байна. Энэ стратеги нь зөвхөн нэг л зүйлээр хязгаарлагддаг. Тодруулбал сонгогчийн хувьд намын талаар баримталж буй байр суурь нь илүү чухал бөгөөд түүний сонголтын араншинг тодорхойлдог гэж олонхи судлаач үзэж байна. Гэвч өнөөгийн олонхи сонгогч сонгуульд саналаа өгөхдөө нэр дэвшигч аль нам, бүлгийг төлөөлж буйг төдийгүй түүний хувийн шинжийг бас харгалзаж байна. Мөн манипуляци, пр, мифологи, зар сурталчилгаа зэрэг имиж бүрдүүлэлтийн арга технологид өртөн сонголт хийдэг байна. Улс төрийн хошуучлагчийн имиж гэдэгт тухайн хошуучлагчийн талаар сонгогчийн олж мэдсэн бүх зүйлийг багтаан ойлгодог. Сонгогч улс төрчийг яг байгаагаар нь бүрэн таньж мэдсэн учраас бус харин өөрийн ойлголт төсөөллийг үндэслэн түүнд саналаа өгдөг. Улс төрийн хошуучлагч сонгогчдын хооронд холбоо харилцаа тогтоох, улс төрийг хувь хүнтэй холбон ойлгуулахад голлон хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийг оновчтой ашиглах хэрэгтэй.

Сонгуульд нэр дэвшигчид нь өөрийн нэр алдар, байр суурийг хэтрүүлэн ойлгуулах, сурталчлах хандлагатай байдаг. Энэ нь ихэвчлэн “улс төржсөн” болон улс төрд анх удаа хөл тавьж байгаа шинэ хүмүүст түгээмэл ажиглагддаг. Сонгуулийн дүн гарсны дараа энэ нь тэднийг сэтгэл зүйн томоохон хүндрэлд хүргэх нь бий.

Сонгуулийн кампани нь “нэр дэвшигчгүй” схемээр ажиллах тохиолдол байдаг. Энэ нь тухайн үед нэр дэвшигчийн имижийг бүрэн тодруулж гаргаж ирж чадаагүй байдагтай шууд холбоотой. Ийм тохиолдолд имиж бүрдүүлэлтийн багийн зүгээс илүү их хүчин чармайлт шаардах боловч боломжтой зүйл юм. Гэвч энэ схемээр ажиллах үед тухайн үедээ тодорхойгүй байгаа нэр дэвшигчийн имиж бүрдэлт дутагддаг ба сонгуулийн кампанийн багийн

төлөвлөгөөнөөс гадна тэр нэр дэвшигч нь сонгуульд ялахын тулд бие даан олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, реклам сурталчилгаанд ажиллах хэрэгтэй болдог. Жинхэнэ улс төрч хүн бол өөрийн дүр төрхийг байнга бий болгож, хадгалж явах нь зүйтэй гэдгийг санаж явдаг.

Сонгуульд нэр дэвшигчийн имиж бүрдүүлэх стратеги нь хэд хэдэн хэлбэртэй байна. Үүнд:

1. Улс төрийн намын сонголтын гол асуудал бол чухамхүү нэр дэвшигчидтэй холбоотой гэж харуулахыг оролдоно. Намаас нэр дэвшигч нь улс орны хөгжлийн талаархи улс төрийн бодлогын нэгэн хувилбарыг төлөөлөн илэрхийлнэ. Нэр дэвшигч бол ямар нэгэн шинэ зүйлийг нэвтрүүлэгч мөн гэдгийг харуулахуйцаар кампанийг зохион байгуулна. Нэр дэвшигч улс төрийн цуцашгүй зүтгэлтэн мөн гэсэн ойлголтыг сонгогчдод өгөх бүхий л боломжийг ашигладаг. Намаас нэр дэвшигч нь намын үзэл санаа, зорилгыг төлөөлж буй хамгийн шилдэг бөгөөд нийтлэг төлөөлөгч мөн гэсэн сэтгэгдлийг сонгогчдод төрүүлэхийг эрмэлздэг. Энэ нь намд талтай байх мэдрэмжийг хүчтэй болгоход нөлөөлдөг гэж үздэг. Илүү нарийн стратеги бол намын нилээд хэдэн тэргүүлэх улс төрчийг нэг баг, команд гэсэн утгаар олон нийтэд танилцуулдаг.
2. Сонгуулийн өмнөх кампанит үед нэр дэвшигчийн сонгогдвол юу хийхээ амлах амлалт гэж байдаг. Түүний амлаж буй программ өрсөлдөгчийнхөөсөө илүү, тод байх ёстой. Имижийг бүтээгчдийн гол зорилго бол улс төрийн харилцааны янз бүрийн хэрэгслийг ашиглан олон түмний сэтгэлд богино хугацаанд хүрэх явдлыг бий болгох асуудал юм. Сонгуулийн кампанийг удирдах явдал улам бүр мэргэжлийн шинж чанартай болж байна. Кампанийг удирдаж буй хүн нам болон нэр дэвшигчээс сонгогчдод санал болгож буй хөтөлбөр, бодлогыг боловсруулан бэлтгэхэд хувь нэмэр оруулахаас гадна түүнийг сонгогчдод хүргэж, тэдэнтэй харилцах арга зам, сувгийг тогтооно. Мөн сонгуулийн кампанийн зорилго, зорилтыг хэрэгжүүлэх ажлыг зохион байгуулдаг. Иймээс улс төрийн бодлого, стратеги боловсруулахад оролцох, улс төрийн коммуникаци тогтоох, зохион байгуулах гэсэн гурван гол үүргийг хэрэгжүүлдэг байна. Эдгээр үүргийг хэрэгжүүлэх нь амар хялбар ажил биш, учир нь гурван өөр төрлийн мэдлэг чадварыг төгс эзэмшсэн байхыг кампанийн менежерээс шаарддаг.
3. Улс төрийн бодлого тодорхойлох стратегич, дээд зэргийн зохион байгуулагч бөгөөд харилцааны урлаг, арга хэрэгслийг нэгэн зэрэг эзэмшсэн хүн ховор байдаг. Иймээс кампанийн менежерийн ажил, үүргийг мэргэшсэн хүмүүсийн баг хийж гүйцэтгэдэг. Багийн гишүүн бүр дээр дурьдсан салбарын аль нэгэнд шинжээчийн түвшинд ажиллах мэдлэг, чадвар эзэмшсэн чадвартай байх ёстой.

Асуудалд улс төрийн үүднээс хандах шаардлага гарах үед улс төрчид шийдвэрлэх үгийг хэлэх хэрэгтэй байдаг. Иймээс кампанийн менежерийн гол үүрэг бол онцгой чадвартай байхаас гадна дээрхи гурван хүрээний ажлыг уялдуулан зохицуулахад оршдог. Энэ утгаараа сонгуулийн кампани орчин үеийн менежментийг зайлшгүй шаарддаг.

Нэр дэвшигчийн имижийг бүрдүүлэхийн тулд нэр дэвшигчийн имижемейкер нь сонгуулийн кампанийн менежерийн үүргийг гүйцэтгэж сонгуулийн кампанит ажиллыг хослуулан удирдан явуулах зайлшгүй шаардлага гардаг. Ингэхдээ дор дурьдсан ажлуудыг зохион байгуулах болдог. Үүнд: сонгуулийн тойргийг оновчтой сонгох, социологийн судалгаа авах, сонгуулийн кампанийн стратеги, тактикийг боловсруулах, кампанийн шуурхай төлөвлөгөөг зохиох, нэр дэвшигчийн имижийг бүрдүүлэх, дэмжигчдийн гарын үсэг цуглуулах, сонгуулийн зардлыг тооцоолж төсөвлөх, нэр дэвшигчийн багийг бүрдүүлж, бүтцийг тогтоох, сонгуулийн кампанид хэрэглэгдэх техник хангамжийг бэлэн болгох, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслүүдээр дамжуулан ажиллах, нэр дэвшигчийн уулзалт, ярилцлага, аялалыг зохион байгуулах, хаягийн хүргэлт хийх, зар сурталчилгааны хэвлэмэл материал захиалан тараах, телефон утсаар сонгогчидтой ганцаарчлан ярилцах, мэдээлэл цуглуулах, аюулгүй байдлыг хангах, сонгуулийн явцыг хянах зэрэг бусад олон ажлыг зохион явуулдаг.

Сонгуулийн стратеги бол амжилт, ялалтанд хүрэх түлхүүр юм. Сонгуулийн кампанийн стратеги зөв боловсруулагдсан эсэхийг сонгуулийн дараа л хэлж болдог онцлогтой. Сонгуулийн стратегийг зөв боловсруулж, нэр дэвшигчийн имижийг өргөхөд анхнаасаа нэгэн зүйлд анхаарлаа хандуулах хэрэгтэй. Сонгуульд өрсөлдөгчдийн дотор анхнаасаа өөр зорилготой орж ирсэн хүмүүс нилээд хэмжээгээр байдаг. Зарим нэр дэвшигч албан тушаалаасаа чимээ шуугиан тарилгүй шилжих, зарим нь өөрийн компаниа сурталчилж хэрэглэгчдийн анхаарлыг татах, өрсөлдөгчдийн саналыг хуваах зорилгоор гол өрсөлдөгчид туслах /үүнийг клонирование гэх бөгөөд 1990-ээд оноос манайд их дэлгэрч байгаа үзэгдэл/, өөрийн социаль байр сууриа өсгөж засаглалын болон үйлдвэрлэл, бизнесийн байгууллагын сонирхлыг татах, өөрийгөө лоббидох далд санаа зэрэг олон зорилгоор сонгуульд оролцдог. Сонгуулийн кампанийн стратеги бол сонгуулийн кампанийн үндсэн зорилго, үзэл санааны багц юм. Сонгуулийн кампанийн хүрээнд нэр дэвшигчийн дүр төрх, имижийг “хайрцаглан” сонгуулийн кампанийн тактик, төлөвлөгөөг хэрэгжүүлдэг. Сонгуульд өрсөлдөгч улс төрийн нам, нэр дэвшигчдийн имиж тэдний улс төрийн амьдралд оролцох явцад, урт удаан хугацааны явцад, нэр их хөдөлмөр зүтгэлийн үр дүнд бүрэлдэж байдаг. Харин сонгуулийн кампанийн хэдхэн хоногт хэн нэгэн “цоо шинэ” хүн, хэн ч үл мэдэх улс төрийн нам өөрийн имижийг хийн ялалт байгуулах магадлал тун бага юм. Иймд сонгуулийн кампанийн гол зорилго бол нэгэнт буй болсон имижийг зөв “хайрцаглах”, түүндээ тохирсон стратеги, тактик боловсруулан ажиллах явдал юм.

Америкийн сэтгэл судлаачид: “Сонгуульд оролцогчид өөрийн дэмжигчийн төлөө саналаа өгөхдөө 80 хувь нь өөрийн дотоод мэдрэмжээр авсан мэдээлэлдээ тулгуурладаг. Харин 20 хувь нь нэр дэвшигчийн бий болгосон зорилготой бодлого үйлдлээр өгсөн мэдээлэлд тулгуурладаг гэж тогтоосон байна. Хүмүүс өөрсдийн мэдрэх эрхтнүүдийн тусламжтайгаар орчин тойрондоо харьцаж буй объектоос мэдээллийг байнга санаатай бус зорилгогүйгээр хүлээн авч байдаг.”⁵²

⁵² Sampson. E. “The image factor”. London., 1994.

Хүмүүсийн өдөр тутмын үйлдэл хөдөлгөөн, хэв маяг, төрх байдал нь тэдний ажлын арга барил, заншил, зуршилаар илрэн гарч бусдын оюун санаанд байнга тусгагдаж чиглэсэн зорилготой биш ч ямар нэгэн мэдрэмж дохиолол болон үлдэж тодорхой хугацаагаар хадгалагдаж байдаг. Хүний сэтгэл зүйн орчинг дотоод мэдрэмж, дотоод ухамсар гэж авч үздэг. Жишээ нь: Лекц уншсан багшийн зүүсэн зангиаг хэдийгээр бүгд харж байгаа боловч зарим хэсэг нь анхаараагүйгээс өнгө хэлбэрийг нь санахгүй байж болно. Тухайн хэсэг хүнийг гипнозод оруулаад зангианы талаар асуухад бүгд зөв хариулт өгч байдгийг харуулна.

Тодорхой зорилгод чиглэсэн үйл ажиллагаа болон дотоод мэдрэмжинд тулгуурлан зохион бий болгосон таны имижийн хэв маягууд нь хүмүүст нөлөөлж бусдыг өөртөө татаж чадсанаар амжилтанд хүрдэг имижийн гол онцлог юм.

Иймд өөрийн бүрдүүлж бий болгосон имижийн хэв маягуудыг бусдад хүргэж нөлөөлөхийн тулд имижд нөлөөлөх, нөлөөллийн зарчмууд гарч ирдэг. Үүнд:

- Давтагдах зарчим.
- Нөлөөллийг тасралтгүй хүчтэй байлгах зарчим.
- Давхар нөлөөллийн зарчим.

Давтагдах зарчим: Хүний ой тогтоолт дээр үндэслэгдэж хүмүүст ухамсарлагдсан мэдээлэл давтагддаг. Давтагдсан мэдээллүүд нь илүү сайн тогтоогддог боловч хүмүүст ойлгуулах, ухамсарлуулахын тулд нилээд цаг сэтгэцийг тухайн байдалд дасгадаг гэдэгт үндэслэгдсэн.

Нөлөөллийг тасралтгүй хүчтэй байлгах зарчим: нь сэтгэл хөдөлгөсөн харилцаа, имижийн хэв маягуудын тоог аажмаар нэмэгдүүлэх явдал дээр үндэслэгддэг. Имижийн хэв маягаар дамжуулан өгч буй мэдээлэл нь олон удаагийн давталтын нөлөөллөөр хүлээн авагчийн сонирхлыг төрүүлж түүнийг эзэмших сэтгэгдлийг бий болгодог.

Давхар нөлөөллийн зарчим: Мэдээлэл нь зөвхөн оюун ухааны хэмжээгээр хүлээн авдаггүй, хүний сэтгэл хөдлөлийн хүрээ, дотоод ухамсар, сэтгэцийн процессууд ч оролцож байдаг. Иймд хүнийг ямарваа нэгэн нөлөөлөлд оруулахын тулд түүнд давхар дуудлага хийх хэрэгтэй. Өөрөөр хэлбэл ухамсар болон дотоод ухамсарт нь хандах хэрэгтэй. Энэ нь имижийн үйлчлэлийн нууц нь рекламтай адилаар дотоод ухамсар уруу хандсан байдгаар тайлбарлагдана.

Сэтгэхүй нь зан төлөвийг имижийн тусламжтайгаар шат дараалан удирдах схем болж өгдөг. Хүмүүсийн анхаарлыг татаж сонирхлыг төрүүлж хэрэгцээг нь бий болгож чадсанаар өөрийн имижээр уриалан дуудах, өдөөхөд имиж нөлөөллийн томъёолол чиглэгдэж байдаг. Үүнийг тооцоолон Стокгольмын их дэлгүүрийн захиргаа нь нэг хүн өдөрт хичнээн удаа ОК /ямар гоё юм бэ?/үгийг хэлсний төлөө түүнд нэмэгдэл урамшуулал олгодог систем тогтоож байжээ. Учир нь худалдан авагч шинэ пальтотойгоо гадагш гаран ок хэмээх үгийг хэлсэнээр сониуч, атаач зантай эмэгтэйчүүдийн шохоорхолыг хөдөлгөн улмаар тэдгээр эмэгтэйчүүдийг шинэ пальто худалдан авахад хүргэдэг байжээ.

Өөрийн имижийг бүтээн бий болгож бусдад хүргэхэд зан төлөвийн /ёс суртахуун, ёс зүйн/ зөв хэлбэрийг сонгон авахад зайлшгүйд хүрдэг. Олонхи тохиолдолд хошуучлагчийн имиж нь тухайн тохиолдолд зүг чигээ зөв олсны үр дүн байдаг. Энэ нь зан төлөвийн зөв хэлбэрийг сонгон авсантай холбоотой бөгөөд эндээс имиж бүрдүүлэлтийн зан төлөвийн нөлөөлөл чухал болох нь харагддаг.

Судлаач Гёте “Зан төлөв гэдэг бол өөрийгөө харуулах толь”⁵³ гэж хэлсэн байдаг. Зөвхөн харуулах ч биш энэ толинд харах, өөрийгөө хүрээлэгчдийн харилцааг соргогоор барьж авах, мэдрэх нэг төрлийн авьяас байдагт имижийн нэг нууц оршино. Хүн бүр амжилт авчирах зан төлөвийн зөв хэм хэмжээ чадварыг эзэмших ёстой. Хүн хэдий чинээ хүмүүсийн үйлдэлд үндэслэн өөрийн зан төлөвийг бодитойгоор төсөөлөн гаргаж чадна төдий чинээ стратеги, тактик нь тодорхой болно. Зан төлөвийн илрэл нь гадаад нөхцөл байдал, нийгмийн хөгжлийн чиг хандлагыг хэрхэн ойлгож харьцаж байгаагаар харагддаг.

Зан төлөвийн хандлагууд нь олон нөхцөл байдлын нөлөөлөлд оршдог боловч энэ нь биднийг өөрийн зан авирын төлөө хариуцлага хүлээх явдлаас чөлөөлдөггүй. Энэ хариуцлагыг ухамсарлах хэмжээ бидний оюун ухаан боловсролын түвшингээс шууд хамааралтай байдаг. Зан төлөвийн хандлагууд нь имиж бүрдүүлэлтийн харилцааны нэг хүчин зүйл болж өгдөг.

Дээр өгүүлсэн имиж бүрдүүлэлтийн зарчмыг ерөнхийд нь нэгтгэн авч үзвэл:

- Имижийн идэвхитэй хэв загварыг бий болгож нөлөөлөхийн зэрэгцээ дотоод ухамсар, дотоод мэдрэмжинд тулгуурлах зарчим
- Дотоод мэдрэмжинд тулгуурлах зарчим
- Имижийн хэв загварын давтагдах зарчим
- Нөлөөллийг тасралтгүй хүчтэй байлгах зарчим
- Давхар нөлөөллийн зарчим гэх мэт болно.

Мөн зан төлөвийн хандлагууд, боловсрол мэдлэг мэргэжлийн өргөн цар хүрээтэй байх зэрэг нь имиж бүрэлдэн тогтоход чухал нөлөөтэй юм.

Имиж бүрдүүлэлтийн үйл явц: Хүмүүс өөрийнхөө имиж бүрдүүлэлтийн мэдээллийг бусдад хэрхэн илгээдэг, өөрийнхөө тухай бодлыг ямар хэлбэрээр бий болгодог өөрийн имижийг яаж бүрдүүлдэг, өөрөөр хэлбэл имиж бүрдүүлэлтийн үйл явц, үндсэн хэлбэрүүдийг авч үзье. Имиж бүрдүүлэлтэнд мэдээлэл нь санаатай (зорилготой) болон санаандгүй (зорилгогүй) дамжуулагддагийг бид мэднэ.

Имиж бүрдүүлэлтийн ач холбогдол: Ажил хэрэгч харилцааны соёлын нэгэн хэсэг нь бусдад нөлөөлөхүйц имижийг бүрдүүлэх явдал юм. Үүнгүйгээр нийгэмд байр суурь, нэр алдарыг эзлэх гэвэл гэнэн хэрэг болно.

⁵³ Ганди.Т. “Улс төрийн сэтгэл зүй, мэдээлэл, шүтэлцээ”. УБ., 2000.

Имиж хэмээх ойлголт нь бидний амьдрал хэл ярианд баттайгаар байр сууриа олж хэвлэлд бичигдэх боллоо. Ер нь амжилтанд хүрэхийг хүссэн хүн бүхний үсний засалт, хөдөлгөөн, донж маяг, татдаг тамхи, байнга хэлдэг үгсээс авхуулаад хувцаслах хэв маяг, дуртай унаа, яриа хөөрөө зэрэг нь өөрийн дүр төрхийг илэрхийлэхэд түлхэц өгч чадах зэвсэг байх ёстой. Дур хүслээрээ юуг ч бүү сонго, ямар нэгэн зүйлийг илэрхийлж зохицуулахын тулд л сонго, таны хөлөөс толгой хүртэл бүх зүйл чинь бусдад нөлөөлөх имиж юм. Найрал хөгжмийг эгшиглэн дуграх тэрхүү цогц бүрдэлийг бүрдүүлэх хөгжмийн зэмсэгүүд болж чадсан үед л та ялалтанд хүрнэ. Хүн бүхэн дуртай хөгжмөө үзэж оролдоод байвал ямар найрал хөгжим болох вэ? Харин бүх хүн тоглох ёстой хөгжмөөрөө нэгэн гайхамшигт аялгууг цогцлон бүтээвэл сая биширсэн үзэгчид хүндэтгэл үзүүлж алга таших билээ. Таны гутал хувцас, донж маяг, хэв загвар, сэтгэл зүй бүхэн чинь цогцлон бүтээх зэмсэг болох ёстой. Ингэсэн цагт л биднийг хаана ч баяртай угтах болно.

Имижээ зөв бүрдүүлэх нь тэр чигээрээ амжилт ялалтын алтан зам. Иймээс ч “Амьдралаа өөрчлөө гэвэл имижээ өөрчил” гэсэн хосгүй үгийг хүн бүхэн мэдэх хэрэгтэй. Хүн бүхэн биднийг гаднах байдлаар нь угтан авдаг. 2012 оны 6 сард хийсэн УИХ-ын сонгуулийн судалгааны урьдчилсан дүнгээс үзэхэд сонгогчид гурван хүн тутмын хоёрыг нь гаднах шинжээр нь тодорхойлж дүгнэсэн байдаг. Биднийг гүн гүнзгий таньж мэдсэн хойно ч дүр төрхөөх нь үлдсэн анхны сэтгэгдэл дүгнэлт нь оршоор байдаг байна.

Тиймээс ч бидний “Имиж ямар үнэтэй байна, бид яг тийм үнэтэй гэсэн үг” хууль болон үлдсэн байдаг байна. Гэхдээ энэ нь мэдээж дүр төрхөө илэрхийлж чадаж байгаа эсэхийг нь л дүгнэсэнээс биш шууд мөнгөн илэрхийлэлээр хэмжсэн хэрэг ердөө ч биш юм. Дэлхийд нэр нөлөө бүхий улс төрчид, урлаг, спортынхоны тоолж барашгүй хөрөнгө тэдний имижийг тодорхойлдоггүй байна. Хэдхэн төгрөгийн үнэтэй тамхи, хийц муутай хувцас, хямдхан эд зүйлс тэдний имижийг мөн л сайн тодорхойлж өгдөггүй байна. Харин улс төрийн болон өндөр мэдлэг боловсрол л тэдний имижийг бүтээдэг. Тэр бүгд нь эзнийхээ байр суурь, дүр төрхийг илэрхийлсэн хамгийн зөв сонголт байдаг ажээ. Заавал домог болон мөнхрөх нь гол биш өөрийн хүрээндээ бусдын гайхал бишрэлийг төрүүлж амжилт ялалтаа ахиулж байхын тулд имижийн идэвхтэй хэв загварыг өөртөө бүтээх хэрэгтэй юм. Таны нэр хүнд ахих, буурч мөхөхийг таны имиж шийддэг тул үүнийг савангийн хөөс шиг тэр дор нь мартаж орхлгүй өдөр бүр ахиулж байх хэрэгтэй.

Таны гадаад төрхөөр таныг дүгнэдэг гашуун үнэн хуулийн дагуу дүр төрх чинь хувирахад хувь заяа дагаж өөрчлөгддөг. Хэний имиж хүчтэй байна, түүний нөлөөнд хүмүүс илүү автдаг. Өөрөөр хэлбэл хэн имиж бүрдүүлэлтийн технологийг сайн ашиглана тэр бусдад илүү нөлөөлдөг байна.

ABSTRACT

Image means a character or reputation in English language and is a reputation of a political figure created by intentional advertising through the political content. A political image is the key to creating a positive relationship for political figures to public and drawing support for the candidates. Image serves to ensure the interest of

both politicians and voters and associate their interests. This becomes apparent through the aspiration of voters to have someone who delivers their requirements to the political policy and through the desire of a politician to have a power in conformity with voters' aspiration. Accordingly, the proper relationship between them is significant to develop political relations through the right way and right message. An issue to form its image in the political subject is absolutely important. Only high level political image-makers have developed the methodology, practice and experience for organizing political activities and providing various supports to image making of candidates during the all stages of election process and social and political everyday life.

НОМ ЗҮЙ

1. Алехин.А.Я. Имидж. идтикет делового человека. Москва. 1996г.
2. Ганди.Т. “Улс төрийн сэтгэл зүй, мэдээлэл, шүтэлцээ”. УБ., 2000.
3. Ганхуяг.Д. “Хошуучлагчийн улс төрийн имиж түүнийг бүрдүүлэхүй”. УБ., 2004.
4. Дейвис.Ф. “Вам абсолютный имидж”. Москва. 1997г.
5. Пүрэвсүрэн. Л. “Leadership”. Шинэ толь сэтгүүл. УБ., 1999. 157
6. Почепцов.Г.Г. Профессия:имиджмейкер. Киев. 2000г.
7. УТБА-ийн лекцийн эмхтгэл. “Улс төрийн имиж бүрдүүлэх нь”. УБ., 1999, № 3.
8. Sampson. E. “The image factor”. London., 1994.