

УЛС ТӨРИЙН ОРЧИН ДАХЬ ИМИЖИЙН НӨЛӨӨЛӨЛ

С.БАЗАРПҮРЭВ¹, У.БАТЦЭРЭН²

¹МУИС-ийн Улс төр судлалын тэнхимийн багш, доктор, профессор

²ШУА-ын ФСЭХ-ийн Улс төрийн судлалын салбарын ЭША, МУИС-ийн улс төр судлалын докторант

Түлхүүр үг: *Имиж, имижийн ангилал, имиж бүрдүүлэх зарчим, имижийн нөлөө, улс төрийн зүтгэлтэн, хошуучлагч, улс төрийн нам, имижмейкер*

THE POLITICAL INTERACTION OF THE POLITICIAN

ABSTRACT: *What is the image of the politician? What is the image of the political party that image? How was it formed?, If that formed image which has been increased and decreased, or changed into disposal?, such mentioned questions are much attracted by the politicians and political scientists and other actors.*

Politicians and political parties attempted to seek in increasing their interactions to the public views or perception which has been formed as a positive relationship and connections with them. Consequently, there are mentioned actors such as politicians, candidates, political parties are paid strongly attention their emphasis to creating images.

The personal image, personal characteristics, and factors that affects to the nominated candidate's appearance has been competed his/her political marketing code as a mirror to show up his/her whether dressing, mental thinking skills, standard of literature/speech, platforms and visional promises of the political party and party candidate, opportunities of the nominated candidates, biographies and reputation, education, business and professional skills, and demonstrate or political election.

In the modern society, that political role or interactions of community organizations are increasingly expanded in the scope of impacts and its working environment. So, the understanding of the image and its role/interactions in the society are strongly admired by the politicians to focusing on this aspect.

ТОВЧ ХУРААНГУЙ: *Имиж тэр дундаа Улс төрийн зүтгэлтэний имиж гэж юу вэ?, Улс төрийн намын имиж гэж юу вэ?, Энэ нь хэрхэн бүрэлддэг вэ?, Энэхүү бүрэлдэн бий болсон имиж нь өсөж, буурч, сарниж өөрчлөгддөг үү? зэрэг асуудлууд улс төрчид болон улс төр судлаачдын анхаарлыг ихээхэн татдаг.*

Улс төрийн зүтгэлтнүүд, улс төрийн намууд нь олон нийттэй харилцаа холбоо тогтоож тэдэнд эерэг нөлөө үзүүлэхийг эрмэлздэг. Тиймээс улс төрийн зүтгэлтнүүд, сонгуульд нэр дэвшигчид болон улс төрийн намууд өөрсдийн эерэг имижийг бүрдүүлэхэд онцгой анхаардаг.

Сонгуульд нэр дэвшигчийн имиж, түүнд нөлөөлөх хүчин зүйлс нь нэр дэвшигчийн гадаад төрх байдал, хувцаслалт, оюуны чадвар, хэл ярианы соёл, намын болон нэр дэвшигчийн мөрийн хөтөлбөр, амлалт, түүний хэрэгжих магадлал зэргээс ихээхэн хамаарахын зэрэгцээ нэр дэвшүүлэгч нам ямар байх, нэр дэвшигчийн замнал намтар түүх, нэр хүнд, мэдлэг боловсрол, ажил хэргийн болон мэргэжлийн ур чадвар, хувь хүний шинж чанар зэргийг цогц байдлаар илтгэн харуулах нэг ёсны “толь” нь болдог.

Өнөөгийн нийгэм, улс төрийн орчин, соёл урлаг, иргэний нийгмийн байгууллагын имижийн нөлөөлөл улам бүр нэмэгдэж байна. Иймд имижийн талаарх ойлголт, түүний нийгэмд үзүүлэх нөлөөллийн асуудлыг улс төр судлаачид ихээхэн анхааран судлах болсон.

Имиж нь улс төрч ба сонгогчдын хоёулангийнх нь ашиг сонирхлыг нэгтгэн илэрхийлэх арга хэрэгсэл болдог. Иймд улс төрийн имиж нь төрийн бодлогод нөлөөлөх эрмэлзэл нөгөө талаас түүндээ өөрсдийнхөө болон өөрсдийн хамтрагчдын эрх ашгийг нийцүүлэх, эрх мэдлийг олж авах хэрэгцээ зэрэгт тодрон илэрч байдаг.

Өнөөгийн олонхи сонгогч сонгуульд саналаа өгөхдөө нэр дэвшигч аль нам, бүлгийг төлөөлж буйг төдийгүй түүний хувийн шинж чанар, нэр хүнд, авьяас чадварыг бас харгалздаг болсон байна. Улс төрийн зүтгэлтний имиж гэдэгт тухайн зүтгэлтний талаарх сонгогчдын ойлголт төсөөллийг цогцоор нь багтаан үзэж болдог. Энэхүү улс төрчийн имижийн шинж гэдэгт: Тухайн зүтгэлтний дүр зураг, хүмүүст ойлгогдсон төсөөлөл, нэр хүнд, тэдний үнэлэмж үнэлгээ зэрэг багтдаг.

Сонгогч улс төрчдийн хэлсэн ярьсан зүйл, мөрийн хөтөлбөрийг бүрэн ойлгож ухаарсан гэдэгийнэ биш харин тухайн хүний бүрдүүлж чадсан имижийн шинж байдлыг үндэслэн тухайн нэр дэвшигч субъектэд саналаа өгдөг. Үнэн хэрэгтээ улс төрийн лидерийг зөвхөн бүрдүүлсэн имижээр нь таньж, үнэлж байдаг нь эндээс харагдаж байна.

Улс төрийн шинжлэх ухаанд имиж гэдгийг тухайн улс төрчийн гадаад шинж байдлаас гадна түүний дотоод чанарыг давхар илэрхийлж байдаг ойлголт гэж үздэг. илэрхийлэх ухагдахуун юм.

Улс төрийн имижийг үндсэн хэв шинжээр нь идеальний – үзэл санаа (үзэл төсөөллийн) болон реальный – бодит (яг байгаагаараа)

- Идеальний имиж: Энэ нь хүрэх зорилготойгоо нийцүүлэн тавигдсан имижийн дүр төрх
- Реальный имиж: Энэ нь бодит нөхцөл байдалтай уялдуулан бий болгох зорилгоос үүдэлтэй имижийн төрх юм.

Мөн улс төрийн имижийг: визуаль болон вербаль хэмээн ангилдаг. Визуаль имиж гэдэг нь – тухайн субъектийн имиж нь ТВ, видео бичлэг, хурал цуглаан гэх мэт харах суваг дүр, дүрсээр илрэх хэлбэр болж байдаг бол Вербаль имиж нь – үг яриа болон бичгээр илэрхийлэх имиж юм. Тухайлбал энэ нь хэлж ярьж буй зүйлээр өөрийн имижээ бүрдүүлнэ гэсэн үг.

Имиж ерөнхийдөө хоёр үндсэн хандлагаар бүрэлдэх бололцоотой бөгөөд энэ нь: *жам ёсны* болон *зохиомлоор* үүсэн имиж юм. Имижийг зохиомлоор бүрдүүлэхийг имижмейкерүүд гүйцэтгэдэг.

Имиж юунд хэрэгтэй байдаг вэ? Хэн нэгэнд ямар нэгэн хүний тухай эсвэл ямар нэгэн таатай зохистой зүйлийн тухай тодорхой бодол, сэтгэгдэл төрж байж хэмээн энэ нь тухайн улс төрчийн талаарх сонголт эерэг шийдвэр гарахад нөлөө үзүүлнэ.

Нэг үгээр хэлбэл ямар нэгэн хүн, объект танд таалагдаж байвал танд эерэг сэтгэгдэл, эерэг имиж төрж байна гэсэн үг. Харин танд таалагдахгүй бол эсрэгээр сөрөг имиж бүрдэнэ гэсэн үг. Ер нь аливаа хүн өөрт таалагдсан хүнтэй хамтран ажиллах, түүнийг дэмжин, сонгохыг хүсч байдаг.

Тиймээс ч улс төрийн зүтгэлтнүүд, улс төрийн намууд нь олон нийттэй харилцаа холбоо тогтоож тэдний санаа бодолд эерэгээр нөлөөлөхийг эрмэлздэг. Ийм учраас улс төрийн зүтгэлтнүүд, сонгуульд нэр дэвшигчид, улс төрийн намууд өөрсдийн имижийг бүрдүүлэхэд онцгой анхаарч байдаг нь дээрхтэй холбоотой байна.

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

- Нэгдүгээр бүлэгт: дэлхий нийтийн хэмжээнд болон олон нийтэд хэдийнээ алдартай танигдсан хүмүүс орох бөгөөд тэдэнд имиж бүрдүүлэх шаардлага бий эсэхэд зарим хүмүүс эргэлзэж байдаг. Хэдий тиймч тэд олон түмэнд танил болсон, өндөр нэр хүндтэй хүмүүс ч гэлээ аливаа үйл явдалд тэр тусмаа улс төрийн үйл ажиллагаа, улс төрийн сонгуульд оролцох шаардлага тулгарвал тэдний уламжлалт имижээс гадна улс төрийн имижийг шинээр бий болгох, олон нийтийн дунд тэднийг улс төрийн байр суурь, мэдлэг чадварыг нь таниулах шаардлага зүй ёсоор гарч ирэх юм.
- Хоёрдугаар бүлэгт: тухайн албан тушаал, эзэлж байгаа байр сууриа хадгалахыг эрмэлзсэн, шинэ өрсөлдөгчдөөс эмээн болгоомжилсон, сэтгэл зүйн хувьд түгшсэн байдалтай хүмүүсийг багтаадаг. Тэдэнд өөрсдийн имижийг өсгөн нэмэгдүүлэх, шинээр имиж нэмж бүрдүүлэх шаардлага мөн нэгдүгээр бүлгийнхний нэг адил гарч ирдэг.
- Гуравдугаар бүлэгт: имижийн талаар зохих мэдэгдэхүүн байхгүй буюу эсвэл тэдэнд имиж, имижмейкер хэрэггүй гэж үздэг хүмүүс байдаг. Энэ бүлгийн хүмүүстэй ажиллахад дээрх хоёр бүлгийн хүмүүстэй ажиллахаас илүү хүндрэл тохиолдож болох юм.

Энэ гурван бүлгийн хүмүүстэй ажиллаж, имижийг нь бүрдүүлэх нь тэдний сэтгэл зүйн онцлог, нийгэмд эзлэх байр суурь, өөрсдийнх нь сонирхол, идэвхи чармайлт, зэргээс хамааран үнэлэмж нь өөр өөр байх учир имиж бүрдүүлэх технологи нь харилцан адилгүй байдаг.

Улс төрийн имижтэй зайлшгүй холбоотой ойлголт бол *улс төрийн хошуучлал* юм. Улс төрийн хошуучлал бол улс төр судлалын шинжлэх ухааны нэг чухал судлагдахуун болдог. Хошуучлал нь хүмүүсийн хамтын үйл ажиллагааны бүхий л үед байдаг үзэгдэл. Тухайлбал: Олон нийтийн байгууллага, албан газар, шашин, гудамжны жагсаал цуглаан зэрэгт бүгдэд нь хошуучлагч байдаг.

Хошуучлалын бүх хэлбэрүүдийн дотроос улс төрийн хошуучлал нь онцгой шинжтэй. Хошуучлагч сэтгэл татам арга барилтай байгаад зогсохгүй, тавьсан зорилгодоо хүрэхийн тулд бүлгийг нягтруулах, бүрдүүлэх чадвар чухал гэсэн үзэл санаа сэргэн мандалт, хөрөнгөтний хувьсгалын үед нэлээд дэлгэрсэн байна.

Хошуучлагчид өндөр мэдлэг боловсрол, биеэ авч яваа байдал, илтгэх чадвар, зорилгод хүрэх хүсэл эрмэлзэл, ярианы соёл, хүнтэй харьцах эв дүйгээрээ хүмүүст нөлөөлж байдаг. Өнөө үед имиж бүрдүүлэх үйл ажиллагааны чухал субъект нь улс төрийн намууд болж байна.

Орчин үеийн улс төрийн намуудад “засгийн эрхийг авах, түүнийгээ тогтоон барих” гэсэн үндсэн сонирхол давамгайлдаг. Тэдний хооронд өнөө үед үзэл суртлын илэрхи ялгаа байхгүй болсон. Харин орчин үеийн улс төрийн намуудын бусдаасаа 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 болдог.

Улс төрийн нам бүхэн өөр өөрийн гэсэн тодорхой имижтэй байж, түүнийгээ хадгалах, мөн сонгогчдын сэтгэлд хүрэхүйц тийм имижийг бүрдүүлэхийг эрхэмлэдэг. Намууд сонгуульд оролцохын өмнө томоохон хэмжээний судалгаа явуулах хэрэгтэй. Энэ нь сонгогчдын хүсэн хүлээж, шийдвэрлэх учиртай гэсэн тулгамдсан асуудал болон үзэл бодлын хүсэн хүлээсэн үнэт зүйлийг олж тогтооход чиглэгдсэн байх ёстой.

Сонгуулиас сонгуулийн хооронд имиж бүрдүүлэхэд засгийн эрх барьж буй хүчин, сөрөг хүчин хоёрын хооронд ялгаатай тал байдаг. Энэ хугацаанд ямагт бүтэх, бүтэхгүй сөрөг зүйлийг сурталчилах нь сонгогчдыг бухимдуулдаг.

Америкийн судлаач Стив Хупер улс төрийн намын имижийг амжилттай бүрдүүлэх 4 зарчмыг тэмдэглэсэн. Үүнд:

1. Нэгдэл, нам гэдэг “ариун гэр бүл” дотор хагарал байх нь сонгогчдод сөрөг сэтгэгдэл төрүүлдэг.
2. Эдийн засгийн асуудлыг шийдэх чадвартай гэдгээ харуулах.
3. Ирээдүйг харах чадвартай гэдгээ үзүүлэхийн тулд хөгжлийн концепци боловсруулах.
4. Сөрөг хүчинд засгийн эрх шилжвэл ямар аймшигтай зүйл бий болохыг олон түмэнд ойлгуулах зэрэг багтдаг.

Хүмүүсийн хүсэл сонирхлыг өөрийн сэтгэл зүрхэндээ тээж явдаг, түүнийг хэрэгжүүлэх чадвартай гэсэн улс төрийн хүчнийг олон түмэн дэмжих болно гэсэн нэгэн суурь зарчим улс төрийн хүрээнд үйлчилдэг.

Улс төрийн намын имиж бүрдүүлэхдээ анхаарах гол зарчим бол дотоодын эв нэгдэл сайтай, эдийн засгийн аливаа асуудлыг шийдэх чадвартай, ирээдүйг харсан алсын хараатай, сөрөг хүчнийхээ алдаан дээр тоглож чаддаг байх чадвар юм.

Сонгуулийн үед хүмүүсийг яаж өөртөө татах, түүнийгээ ямар арга хэрэгслээр түргэн шуурхай гүйцэлдүүлэх өөрийн санаа бодлоо хэрхэн ойлгомжтой томъёолон сурталчлах зэрэг олон асуудлууд улс төрийн намуудад тулгардаг.

Сонгуулийн төлөвлөгөө нь тухайн нам, түүний гишүүдийн идэвхи санаачлагыг өрнүүлэхэд чиглэсэн байх ёстой.

Улс төрийн сурталчилгаа нь намын гишүүд болон сонгогчдын хооронд идэвхитэй холбоо тогтооход нөлөөлдөг ба намаас нэр дэвшигчийн төлөө саналаа өгөх итгэл үнэмшлийг сонгогчдод бүрдүүлж намын нөлөөг өсгөхөд чухал үүрэгтэй байдаг.

Түүнчлэн улс төрийн намын имижээ өсгөх, бүрдүүлэх нэг гол зүйл нь олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл юм. Ер нь нам “амьд” гэдгийг сонгогч олон түмэнд байнга мэдрүүлж байх ёстой. Хамгийн олон хүнд өөрийгөө хүргэх; таниулах суваг бол хэвлэл мэдээлэл байдаг тул түүгээр дамжуулж ямагт өөрийгөө олон түмэнтэй хамт байгаа гэдгээ мэдрүүлж өөрсдийн хийсэн ялимгүй зүйлийг ч бусдад хүргэж,

сонгогчдын өмнө тулгамдсан асуудлуудад хариулт өгч байнгын хөдөлгөөнтэй идэвхитэй байх хэрэгтэй.

Улс төрийн намууд өөрсдийн байр суурь, нэгэнт олсон имижээ хэвээр хадгалахыг ихээхэн эрхэмлэдэг байх ёстой. Засгийн эрх барьж буй нам, хүчний хувьд олон түмний зүгээс дэмжлэг авч, тэдний хэрэгцээг мэдэрч, хүмүүсийн амьдралд урьд хуримтлагдсан, мөн шинээр гарч ирж буй тулгамдсан болон стратегийн асуудлуудыг шийдэхийн төлөө ихээхэн үр бүтээлтэй ажиллах ёстой. Засгийн газар ийм байдлаар ажиллаад зогсохгүй, энэ тухайгаа олон түмэнд байнга мэдээлж байх, өөрийн үйл ажиллагааг ил тод байлгах нь амжилтанд хүрэхийн нэг эх үндэс болдог.

Хүмүүсийн ихэнх нь улс төр сонирхдоггүй (магадгүй бүр ч их сонирхдог байж ч болох юм), улс төрчид бидний төлөө ажилладаггүй гэж үздэг тул улс төрийн намын ухуулга сурталчилгаа нь сонгогчдын үзэл бодол, хүсэл сонирхолтой бүрэн нийцэж байх ёстой.

Нэг үгээр хэлбэл өөрийн үзэл бодлоо олон түмэнд танилцуулахдаа хэрэглэх арга хэлбэр, тактикаа зөв сонгох учиртай.

Улс төрийн намуудын сонгуулийн имиж үндсэндээ дараах 4 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 бодлогыг орлох 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 байна.

Улс төрийн имижийг өнөө үед мэдээлэл технологийн тусламжтайгаар бүрдүүлэх явдал нэлээд түгээмэл болсон байна. Энэ нь цаг хугацаа хэмнэхээс гадна сонгогч олон түмэнд мэдээллийг үнэн бодитойгоор хүргэх тэдэнд мөн олон талын ойлгот өгөхөд ихээхэн ач холбогдолтой юм.

Улс төрийн орчин дахь имижийн нөлөөлөл үүрэг нь сонгогч олон түмэнд тухайн субъектын талаарх төсөөлөл, мэдээлэлийг үнэн зөв хүргэхэд ихээхэн ач холбогдолтой байдаг.

Ном зүй

Батцэрэн.У. “Улс төрийн имиж бүрдүүлэлт ба манипуляци”. УБ., 2006.

Дарханбаяр.Ж. “Улс төрийн лидерийн имиж”. УБ., 2000.

Довчин.Ё. “Улс төрийн үг хэллэг нэр томъёоны толь”. УБ., 2005.

“Монгол дахь иргэний нийгмийн төлөвшил”. Ред: Амарсанаа.Ж. нар УБ., 2013.

“Улс төрийн шинжлэх ухаан”. Ред: Ганболд.Ц. УБ., 2001.

Өлзийсайхан.Ч. “Монгол дахь ардчилсан шилжилтийн үеийн улс төрийн элитийн төлөвшил”.

УБ., 2012.

Панасюк.А.Ю. “Вам нужен имиджмейкер?”. Или о том, как создавать свой имидж. Москва.

Издательство. “ДЕЛО”. 2000г.

Почетцов.Г.Г. Профессия:имиджмейкер. Киев. 2000г.