

УЛС ТӨРИЙН ОРЧИН ДАХЬ ИМИЖМЕЙКЕРИЙН ҮҮРЭГ

У.Батцэрэн докторант

Идэр дээд сургууль, Социологи – нийгмийн ажилтаны тэнхмийн эрхлэгч

Товч утга: Улс төрийн субъектэд өөрийн имижээ бүрдүүлэх асуудал нь туйлын чухал байдаг. Бүх шатны сонгуулийн үед нэр дэвшигчдэд төрөл бүрийн туслалцаа үзүүлэх, сонгуулийг зохион байгуулах арга зүй, аргачлал, дадал туршлагыг өндөр түвшний имижмейкерүүд хийж гүйцэтгэдэг юм.

Түлхүүр үг: Имижмейкер гэж хэн бэ?, түүний үүрэг зорилго, улс төрийн мэрэгжилтэн болох нь, ном зүй.

Оршил

Орчин үед улс төрийн менежмент явуулах, улс төрийн имиж бүтээх нь өөрийн дэг жаяг, технологи, борлуулалттай улс төрийн орчин дахь өвөрмөц үйл явц юм.

Өрнөдийн улс орнуудад энэ чиглэлийн судалгаа нилээд эрчимтэй хийгдсэн бөгөөд нийгмийн практикт нэгэнт хэрэгжиж байна. Харин манайд сүүлийн үед энэ талаар ном, зохиол, судалгаа шинжилгээний ажил олон хийгдэж байна. Жишээ нь: Имиж судлалын талаар их, дээд сургуульд хичээл орохын зэрэгцээ судлаач Д.Ганхуяг “Хошуучлагчын улс төрийн имиж түүнийг бүрдүүлэхүй”, Ж.Дарханбаяр “Улс төрийн лидерийн имиж” зэрэг ном зохиол хэвлэгдсэн байна.

Өнөөгийн мэдээллийн эрин зуунд улс төрийн эрх мэдэл, нэр хүнд, легитим чанар, нөлөөллийг тодорхойлогч гол хүчин зүйлсийн нэг нь имиж болжээ. Үүнийг улс төрийн орчинд зөв зүйтэй зохион байгуулах болон сонгогч олон түмэнд улс төрийн ойлголт өгөх зэргийг имижмейкер хийж гүйцэтгэдэг.

Энэхүү өгүүлэлд имижмейкерийн ойлголтыг шинжлэх ухааны болон практикт хэрхэн судалсан, улс төрийн орчин дахь гол үйл явц болох сонгууль, сонгуулийн хоорондын хугацаанд имижмейкер ямар үйл ажиллагааг хийвэл зохистой болон түүний үүрэг, зорилго мөн улс төр судлалын мэргэжилтэн болох, имиж бүрдүүлэн бий болгох явцад хэвлэл мэдээллийн сурталчилагаа хэрхэн нөлөөлдөг болох зэрэг асуудлуудыг дэвшүүлэн үүндээ хариу өгөхийг хичээхийн сацуу өөрийн судалж буй сэдэв мөн иймээс улсын их хурал болон бусад сонгуультай холбогдуулан нэр дэвшигч юуг голлон анхаарвал зохистой, мөн хориотой зүйлүүдийг тусган өгүүлэхийг хичээсэн болно.

Имижмейкер гэж хэн бэ?

“Имиж” гэдэг нь нэр хүнд гэсэн үг бөгөөд улс төрийн агуулгаараа зориудын реклам суртчилгаагаар бий болсон хувь хүн байгууллагын алдар нэр, “Мейкер” нь бүтээгч үйлдвэрлэгч гэсэн үг. Иймээс имижемейкер гэсэн үг нь нэр хүнд бүтээгч гэсэн утгатай. Имижемейкер гэдэг бол улс төрийн, нийгмийн зүтгэлтнүүдэд олон түмний сэтгэлийг татах, нэр хүнд олж авахад дөхөм үзүүлэх тодорхой дүр төрхийг бий болгох тусгай мэргэжилтэн юм.

Тэгвэл имижемейкер гэж хэн бэ? Энэ нь явцуу утгаараа улс төрийн тодорхой субъектэд имиж бүрдүүлэхийн тулд чиглэсэн зорилго бүхий үйл ажиллагаа явуулдаг, түүнд хүрэх арга замыг тодорхойлдог бэлтгэгдсэн улс төрч юм. Өргөн утгаараа тухайн улс төрийн субъектын үйл ажиллагаанд хамааралтай бүх субъектууд орно.

Имижемейкерийг ил ба далд гэж ангилж болно. Ил имижемейкер гэдэгт гэр бүлийн болон олон түмэнд нэр хүндтэй хүн, мөн нэртэй улс төрчид багтана. Харин далд имижемейкерт мэргэжлийн хүмүүсийг авч үзэж болно.

Мэргэжлийн имижемейкер бол:

1. Улс төрийн лидерээ сайн мэддэг байх ёстой. Эс бөгөөс сайтар танилцаж тэрхүү лидерийнхээ тухай зохих мэдээ мэдээллийг цуглуулж мэдсэн байвал зохино.
2. Тухайн лидерт дутагдаж байгаа имижийг олж тодорхойлж өгнө.
3. Ингэсний үндсэн дээр имиж бүрдүүлэх арга зам хэрэгслийг сонгон авч цаашдын үйл ажиллагаагаа төлөвлөнө.

Үүрэг, зорилго

Имижемейкерийн гол үүрэг нь:

1. Тухайн имиж бүрдүүлэх гэж буй субъектээ сайн судална. Гарч ирж буй хүнийг танин мэдэх, ямар зорилго сэдэлтэй байгааг нь мэдэх шаардлагатай. Мөн ямар итгэл үнэмшилтэй шашин шүтлэгтэй, ямар хэв маягаар шийдэр гаргаж байна, үйл ажиллагааны арга барил, онцлог нь юу вэ, ямар нэгэн гүтгэлэг, зовлонг даах чадвар нь хир сайн, харилцааны соёлтой юу гэх мэтчилэн олон зүйлээр судална.
2. Олон түмэн юмуу сонгогчдын эрэлт хэрэгцээ шаардлагыг анхаарах явдал нэн чухал. Улс төрийн аливаа субъектэд имиж бүрдүүлэхэд юу хийх вэ? гэдгийг лидер өөрөө ч имижемейкер тогтоодоггүй. Гагцхүү сонгогчдын шаардлагаас урган гардаг юм.

Харин имижемейкер хүн субъектын имижийн сул талыг олж таньж улмаар түүнд тохируулан зохих үйл ажиллагаа явуулдаг чадвартай байх ёстой. Цаашилбал имиж бүрдүүлэхэд гардаг нэг алдаа бол тухайн лидерт дутагдсан хийгээд сул талаа засахад нь анхаараад сайн талыг нь хөндөлгүй орхин явуулдаг билээ. Зүй нь сайн талыг нь улам тодотгож өгөх шаардлагатай.

Улс төрийн өрсөлдөөний ертөнцөд улс төрийн лидерүүд бие биенээсээ илүү харагдахыг эрмэлзэж байдаг. Сонгуулийн нэг тойрогт нэг л ялагч байх бөгөөд харин түүний төлөө хэд хэдэн нэр дэвшигчид өрсөлдөх болдог. Өөрийнхөө улс төрчийг сэтгэл татам байлгах нь имижмейкерийн зорилго юм.

Сонгуулийн өмнөх компаниар улс төрийн имижийг бүрдүүлэх имижмейкерийн зорилго нь:

- Нэр дэвшигчийн хувийн чанарыг харуулах
- Нэр дэвшүүлэгчийн ололт амжилтын тухай өгүүлэх, таниулах
- Нэр дэвшигч алба юу хийхийг тодорхойлох
- Өрсөлдөгчийнхөө нэр хүндийн дутагдалтай талыг үзүүлэх
- Өнгөрсөн сонгуулиар амлаж байсан биелэгдээгүй зүйлүүд

Имижийн үндсэн томъёолол бол тухайн лидерийг солих нь бус харин нэр дэвшигчийнхээ тухай хүмүүст төрөх сэтгэгдлийг өндөржүүлж тэдний дэмжлэг талархлыг олж авахад оршино.

Имижмейкер улс төрийн мэргэжилтэн болох нь

Имижмейкер нь бараа борлуулах зорилгоор зар сурталчилгааны компаниудын явуулдаг зарчмын адилаар өөрийн барааг бусдад танил болгох, бусдаас тодорхой ялгаж өгөх хэрэгтэй. Өөрөөр хэлбэл имижмейкер өөрийн лидерийн хувь хүнийх нь тодорхой шинж чанаруудыг нэмж харуулан бусдын анхааралд өртөж байгаа бусад сөрөг шинжүүдийг нь дарж байдаг.

Английн имиж судлаач Элери Семпсон: “Жирийн хүмүүсийг улс төрийн зүтгэлтнүүд, поп дуучидтай харьцуулан судлаад бидний ихэнхи нь үл ажиглагдам байдаг” гэсэн дүгнэлтэнд хүрчээ. (Sampson 1994)

Түүний явуулсан судалгаагаар имижийг бий болгоход өөрийн ажлаа сайн хийх нь 10%, өөрийн хэв маяг, имиж нь 30%, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд тусгагдсан таны амжилт, найз нөхөд, ажил төрлийн холбоонд түүнийгээ илтгэн харуулах зэрэг нь 60% нөлөөлдөг болох нь тогтоогджээ. (Sampson 1994)

Имижмейкер нэр дэвшигчийн үндсэн шинж чанаруудыг харуулахдаа хамгийн гол нь тухайн нэр дэвшигчийн мэргэжлийн ур чадварыг онцлон гаргаж өгдөг. Мэргэжлийн ур чадварыг нэр хүндтэй байдал, өөртөө итгэлтэй байх, байнгын чанар, хяналт тавих чадвар гэсэн бүрдлүүдээс тогтдог гэж үзжээ. Нэр хүндтэй байх чадвар нь тухайн улс төрч бусад өрсөлдөгчдөөс өөрийгөө давуу гэдгийг мэдэрч, даруухан байхыг хэлнэ. Өөртөө итгэлтэй байх нь гадаад байдлаасаа харагддаг бөгөөд сайн бэлтгэгдсэн, мэдээлэл сайтай байж өөдрөг сэтгэлтэйгээр олон түмэнтэй чөлөөтэй харьцаж байдаг. Байнгын чанарын талаар Элери Семпсон: “Үр дүнтэй байхын тулд имижийг урт удаан хугацааны туршид байнга тогтмол бий болгож байх хэрэгтэй. Таны имиж зөвхөн таньд ч төдийгүй таны уулзаж байгаа бүх хүмүүст өдөр тутам нөлөөлж байдаг” (Sampson 1994) гэж бичсэн байна.

Имижийг мэргэжлийн имижейкерүүд хийхээс гадна улс төрчдийн гэр бүлийнхэн, ойр дотны хүмүүс нь хийж байдаг. Хиллари Клинтон өөрийн нөхрийн имижийг шинээр бий болгоход байнга тусалж байсан.

“Имиж бүрдүүлэх гэдэг нь юуг, яаж ярих, хэнтэй уулзах, хэрхэн хувцаслах, хэрхэн олон нийтэд харагдах зэрэг бүхнийг тооцоолох явдал юм. Ерөнхийлөгч заавар, зөвлөлгөөг маш сайн хүлээн авдаг. Ерөнхийлөгч өмнө нь өглөөний гүйлтэнд богино өмдтэй гүйдэг байсан нь ерөнхийлөгчөд зохимжгүй байсан. Одоо биеийн тамирийн өмдтэй гүйдэг болсон” (Панасюк 2000)

гэж ярьсан нь имижийг бүрдүүлэхэд маш жижиг зүйлийг ч гэсэн тооцож байдгийг харуулж байна.

Францын ерөнхийлөгч Жак Ширакийг сонгуульд ялахад түүний бага охин гучин настай Клод Ширак шийдвэрлэх нөлөө үзүүлсэн. Тэрээр өмнө нь рекламн бизнест ажиллаж байсан ба түүний дохиогоор Жак Ширак өөрийн илтгэл, яриаг эхлэх, дуусгах цагаа зохицуулж байв. Төрийн өндөр албан тушаалтнуудын дунд “бульдозер” хэмээн хочлогдож байсан түүнийг илүү ажил хэрэгч, найрсаг харагдуулах болсон нь түүний имижейкерийн ач юм.

Лидерийг олон нийтэд хэрхэн илүү давуутай байдлаар харагдуулах бүх нөхцлийг имижейкер л хийж гүйцэтгэх ёстой.

Улс төрийн имиж бүтээх нь өөрийн дэг жаяг технологи, борлуулалттай улс төрийг зах зээлийн өвөрмөц үйл явц юм. Улс төрийн кампанийг зохион байгуулах тусгай агентлаг анх 1950-иад оноос байгуулагдсан юм. Орчин үед олон төрлийн ийм байгууллагууд сонгуулийн кампани, түүний стратеги, тактикийг хүчтэй явуулан сонгуульд нэр дэвшигчийн өрсөлдөх чадвартай дүр төрх, имижийг олон нийтийн санаа бодолд тохируулан бий болгохын төлөө ажиллаж байна. Өнөөгийн олонхи сонгогч сонгуульд саналаа өгөхдөө нэр дэвшигч аль нам, бүлгийг төлөөлж буйг төдийгүй түүний хувийн шинж чанарыг харгалздаг болжээ.

Имижейкер бол улс төрийн лидерийн имиж бүрдүүлэгч төдийгүй сонгогчдыг судлах, тэдний улс төрийн боловсролд нөлөөлөх, тухайн тойрог, орон нутгийн хэмжээнд судалгаа явуулж сонгогчдын хүсэл эрмэлзэл, юуг хүсэн хүлээж байгааг судалж байдаг. Мөн өөрийн нэр дэвшигчийн өрсөлдөх тойргийг зөв оновчтой сонгохоос имижейкерийн ажил эхэлнэ гэж үзэж болно. Өрсөлдөх тойргийг зөв тодорхойлох нь цаашид улс төрчийн имижийг бүрдүүлэх, нэр дэвшигчийн хувийн чанарыг нээн харуулах, тойргийн сонгогчидтой хэрхэн ажиллах талаар арга барил, тактикаа сонгоход дөхөм болдог. Өрсөлдөх тойргийг сонгохдоо тойргийн хүн амын тоо, сүүлийн сонгуульд оролцсон ирц, сонгуулийн үр дүн, өрсөлдөгчдийн рейтингийн талаархи социологийн судалгааны үр дүн, тойргийн томоохон байгууллага, аж ахуйн нэгж, банк, даатгалын кампани, тэдний удирдагчдын бүс нутаг дахь сонирхол, сонгогчдын

орлого, нийгмийн бүтэц, сонирхол зэргийг туршлагатай имижмейкерүүд харгалзан үздэг.

Имижмейкер нэр дэвшигчийг сонгогчдод таниулах гол зүйл бол нэр дэвшигчийн улс төрийн үзэл бодол, байр суурийг тайлбарлан ойлгуулах явдал юм. Нэр дэвшигчийн ертөнцийг үзэх үзэл, улс төрийн нөхцөл байдалд хандах хандлага, нийгмийн тулгамдсан асуудлын талаархи ойлголт, сэтгэлгээний хэв маяг энэ бүхэн сонголт хийхэд нөлөөлдөг чухал хүчин зүйл байдаг билээ.

Ямар ч түвшний сонгуулийн өмнө сонгуулийн өмнөх нөхцөл байдал үүсдэг бөгөөд үүнд улс орны улс төр, эдийн засгийн нөхцөл байдал, байгаль орчны асуудал, улс төрийн хүчнүүдийн хуваарилалт, сонгогчдын сонгуулийн өмнөх сэтгэл санаа, улс төрийн тэмцлийн хэлбэр, олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн хандлага зэрэг олон хүчин зүйлүүд нөлөөлдгийг имижмейкерүүд нэр дэвшигчийн шинж чанарыг хэрхэн нээн гаргаж, улс төрчийнх нь хувьд имижийг нь бүрдүүлэхдээ дээрхи хүчин зүйлүүдийг анхаарч, ямар хэлбэрээр ажиллах вэ гэдгээ тогтоодог. Сонгуулийн үе бол идэвхитэй үйл ажиллагааны үе мөн боловч имиж бүрдүүлэх үйл ажиллагааны зөвхөн тодорхой үе шатыг л гүйцээхэд нөлөөлдөг. Имиж бүрдүүлэлт нь өдөр тутам хийгдэж байдаг нэлээд бэрхшээлтэй үйл ажиллагаа юм. Бүхнийг маргааш хийнэ гэж хойшлуулах цаг хугацаа байдаг боловч нөхцөл байдал, асуудлууд хуримтлагдаж байдаг учраас ингэж болохгүй юм. Өрсөлдөгчид цаг ямагт сөрөг довтолгоон хийж, шүүмжилж гаргасан амжилтын үр дүнг бууруулж байдаг. Өрсөлдөгч нар байнга давуутай байдалд байдаг. Учир нь хийж бүтээхээс шүүмжлэх нь илүү хялбар юм.

Улс төрчдийн дотор имижмейкерүүд юу хийдэг талаар нилээд сонирхолтой төөрөгдөл байдаг. Энэ төөрөгдлийг зарим мэргэжилтнүүд ашиглах нь бий. Тэдний зарим нь өөрсдийгөө имижмейкер гэж танилцуулаад улс төрчдөд зангиагаа солих, үсээ янзлах талаар л зөвлөлгөө өгч байна. Гадаад дүр төрхийг өөрчлөх нь зөв боловч энэ нь имиж бүрдүүлэхэд туслах үүргийг л гүйцэтгэнэ.

Хэвлэл мэдээлэл

Шинэ соргог мэдээ мэдээллийг цаг тухайд нь хурдан олж авах хэрэгтэй болдог. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл бол улс төрийн лидер сонгогч хоёрыг холбодог сонгодог зуучлагч нь юм. Америкийн мэдээллийн хэрэгслийн нэгэн шинжээч “Хэвлэл тэргүүлж, телевиз дагадаг” гэж хэлсэн байдаг. (Хич 2001) Гэсэн ч асуудлын гол нь мэдээллийн аль нэг хэрэгсэлд түлхүү ач холбогдол өгөх бус харин аль алины давуу талыг ашиглаж чаддаг байхад оршино. 1960-аад оноос олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд телевиз нэвтэрснээр сонгуулийн кампанид их эргэлт гарсан. Тэр л үеэс эхлэн хэн юу хэлэх, биеэ хэрхэн авч явж чадахаас гадна телевизээр яавал аятайхан харагдахаа бодолцох шаардлагатай болжээ. Сонгуулийн өмнөх өдөр телевизээр ямаршуухан харагдаж имижээ хэрхэн илэрхийлэх нь нэр дэвшигчийн ялалт ба ялагдлыг шийдэхэд томоохон түлхэц үзүүлэх болсон.

Жишээлбэл: 1960 онд АНУ-ын ерөнхийлөгчийн сонгуулийн сүүлчийн өдөр Р.Никсон, Ж.Кеннеди нарын хооронд болсон телевизийн халз маргаан үүнийг нотолно.

Телевизийн нэвтрүүлэгт Ж.Кеннеди үг эхэлж хэлсэн бөгөөд тэрээр индэрт гараад өөртөө итгэлтэйгээр шууд үгээ эхэлсэн юм. Эфирт залуу цоглог эрч хүчтэй Кеннеди хүмүүст сайхан харагдаж байв. Түүний спиндокторууд урьд өдөр нь телевиз дээр ирж студийг үзээд бараан өнгийн фонтой байгааг анхаарч маргааш нь Кеннеди цайвар саарал костюмтай ирсэн нь дэлгэцэнд тун тод харагдсан. Харин Никсон үсээ тааруухан самнасан, хэлж ярихдаа тааруухан байсны дээр саарал костюм нь хар фон дээр тун зохиогүй харагдсан юм. Гайхалтай нь олон нийт Кеннедийн төлөө саналаа өгсөн дүн гарсан. Сонгуулийн дараа явуулсан социологийн судалгаанаас үзэхэд телевизээр халз маргааныг үзсэн хүмүүс Кеннедийн төлөө, харин радиогоор уг маргааныг сонссон хүмүүсийн ихэнх нь Никсоны төлөө саналаа өгсөн нь тогтоогджээ. (Дарханбаяр 2000:62)

Сонгуулийн сурталчилгаанд телевиз улс төрийн имижийг бүрдүүлдэг бол хэвлэл мэдээлэл олон нийтийн санаа бодлыг төлөвшүүлдэг ажээ. Улс төрийн кампанид олон янзын ухуулга сурталчилгааг хэрэглэдэг. Сурталчилгаа сонин содон, энгийн ойлгомжтой байхаас гадна жигд давтагдаж, хүмүүсийн нүдэнд тусах нь ихээхэн чухал. Шог хошин аястай содон уриатай сонгуулийн сурталчилгаа хамгийн их үр нөлөөтэй. Судалгааны дүнгээс үзэхэд улс төрийн сонгуульд өрсөлдөгч хорлонтой шоголсон сөрөг реклам хамгийн үр дүнтэй болж, олон түмний санаанд үлддэг болох нь тодорхой болжээ.

Улс төрийн кампанид мэдээллийн хэрэгсэл нь хэрэглээ төдийгүй зэвсэг юм. Улс төрчдийн үхэх сэхэхийг мэдээллийн хэрэгсэл шийдэхийн хирээр сонгуулийн сурталчилгаанд зарцуулах хөрөнгө жил ирэх тутам нэмэгдэж байгаа. Өнөөдөр улс орнууд өмнөхөөс арав дахин их хөрөнгийг зарцуулж байна гэсэн судалгаа байдаг. Энэ нь хэн их мөнгө зарна, тэр засгийн эрхийг авна гэсэн логик юм. Өнөө үед улс төрийн хүчирхэг үзэл бодол орхигдож, эдүгээ нэр төр, имижийн төлөө тэмцэл улс төрийн сонгуульд зонхилж байна.

Нийт сонгогчид төдийгүй тодорхой орон нутаг, тойрог хэсгийн сонгогчдын санаа бодол, хүсэл эрмэлзлийг тандан судлах явдал бол сонгуулийн менежер, имижмейкерүүдийн хийх ажил юм. Ямар хэв маягийн араншинтай, онцлогтой лидерийг тухайн сонгогч хүсэж байгааг мэдэхийн тулд улс төрийн маркетингийн судалгааг зохион байгуулж, тэрхүү хүсэлт ба хүлээлтэнд тохирсон бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэж сонгогч олонд санал болгож, улмаар амжилттай борлуулж ажиллах нь имижмейкерүүдийн гол үндсэн зорилго болдог.

Имижмейкерийн алба зөвхөн улс төрд хэрэгтэй төдийгүй зэх зээлийн эдийн засгийн харилцаа ч имиж, имижмейкерийг нэхэж байдаг зүй тогтолтой.

Иймд мэргэжлийн улс төрчдийг бэлтгэх тодруулахын тулд улс төрийн үйл явцыг зөв зохистой зохион байгуулан удирдан залах, улс төрийн имижийг бүтээх имижмейкерүүд, улс төрийн салбарын хүрээнд мэргэшсэн хуульчид, эдийн засагчид, социологчид, сэтгэл зүйчид, судлаач шинжээчид, практик ажилтнууд шаардлагатай. Өөрөөр хэлбэл тал бүрийн мэргэжлийн имижмейкерийн алба хэрэгтэй байгаа юм.

Монголчуудын хувьд улс төрийн лидерийн имижийг харж сонгох нь элбэг хийгээд аяндаа бүрдэх явдал тодорхой хэмжээгээр байгаа нь судалгаанаас харагдаж байна. Харин улс төрийн имижийг буй болгох явдал буюу имижмейкерүүдийн үйл ажиллагаа үндсэндээ алга байна гэж хэлж болно.

Улс төрийн имижийг судлах томоохон төвүүд АНУ болоод Англи, Франц зэрэг Өрнөдийн орнуудад төрийн бус байгууллага болон улс төрийн байгууллага тэр дундаа их сургуулиудын дэргэд байгуулагдсан. Мөн Өрнөдийн орнуудад имижмейкерийн үүргийг хэвлэлийн нарийн бичгийн дарга нар гүйцэтгэдэг ба хэвлэлийн алба нь олон түмний санаа бодол, шаардлагыг хангах тактикийг боловсруулж харин харилцааны алба зорилгыг нь тодорхойлдог. Харилцааны алба юуг? яаж?, харин хэвлэлийн алба хэзээ? хаана? гэсэн асуудалд хариу өгөх үйл ажиллагаа явуулдаг байна. Олон байгууллагууд сэтгүүлчтэй харилцах, телевизийн нэвтрүүлгээр гарахад нь тусалдаг туслагчийг бэлтгэн гаргаж өгдөг. Сонгогчдын шаардлагыг ойлгож, түүнд тохирох шинжүүдийг бүрдүүлсэний дараа, тэдгээрийг коммуникацийн ямар сувгаар дамжуулах вэ? гэсэн асуудал чухалд тооцогдоно.

Нэр дэвшигчийн анхаарвал зохих зүйлс

- Үнэн гэдэг бол хүмүүсийн итгэдэг зүйл. Танд ердөө л илэрхий юм болгон сонгогчдын хувьд тийм байдаггүй. Харин тухайн тойрогт та өөрөө сонгогчдын хувьд хамгийн сайн сонголт болно гэдгийг итгүүлэх нь таны гол үүрэг юм.
- Хүмүүс өөрсдөдөө тал зассан хүнд дуртай байдаг. Хүмүүс өөрсдийнхөө талаар сайхан сэтгэгдэлтэй байх дуртай.
- Олон түмэн юм юмаар дутагдаж байдаг. Тэд энэхүү хэрэгцээг нь мэддэг түүнээс гарах арга замын талаар тодорхой төлөвлөгөөтэй нэр дэвшигчийг сонгохыг хүсдэг.
- Өрсөлдөгчөө өндөр үнэл. Өрсөлдөгчийнхөө үйлдэл, хэлсэн үг бүрийг анхааралтай ажигла. Та хичнээн өндөр боловсролтой байх, мөн таны амжилт, ажлын явц хичнээн сайн байхаас үл шалтгаалан таны өрсөлдөгч тань таныг чухам яаж шүүмжлэх вэ? гэдгийг урьдчилан таамаглаж, түүнд тохирсон бэлтгэлтэй бай.
- Тодорхой асуудал дээр төвлөр. Сонгогчид хэн бэ гэдгээс хамааран кампанит ажлынхаа үндсэн баримтлалаас тохиромжтойг нь сонго.

- Хэлсэн үгээ дахин дахин давтаж хэл. Хүмүүс нэг юмыг хэд дахин сонсож байж тогтоодог. Сонгогчдод та нэрээ болон дэвшүүлсэн асуудлаа ой тойнд нь ортол тогтоолгохын тулд дахин дахин давт.
- Санаа тавьж байгаагаа харуул. Сонгогчидтой аливаа асуудлыг ярьж эхлэхээсээ өмнө та тухайн нутаг орны талаар үнэхээр санаа тавьж байгаа гэдгээ харуулах хэрэгтэй.

Нэр дэвшигчийн анхаарвал зохих хориотой зүйлс

- Ойлгомжгүй үг яриа бүү хэрэглэ. Ямагт энгийн үг хэллэг ашиглаж хүмүүстэй ярилц. Мэргэжлийн үг хэллэг үг яриандаа бүү хэрэглэ.
- Төвөгтэй асуудлын талаар бүү хөнд. Сонгогчиддоо та тэдэнд тулгарсан бэрхшээл зовлонг ойлгосноо илэрхийлээд түүнээс гарах арга замын талаарх өөрийн саналаа хэл. Асуудалд битгий анхаар, зөвхөн түүнээс гарах арга замд л анхаарлаа төвлөрүүл, хандуул.
- Битгий чухал царайлж, худал дүр эсгэ. Таны хувьд хамгийн чухал хүн бол сонгогчид гэдгийг анхаар. Та өөрийгөө сонгогчиддоо үйлчилж, тэдний эрх ашгийг төлөөлөх төлөөлөгч болох гэж буйгаа санаж яв.
 1. Сонгогчдоо хэзээ ч бүү гомдоо. Хүн бүр сонгох эрхтэй. Хүмүүс таны яриаг санаатайгаар гуйвуулж, эсрэг байр суурь баримталж байгаа ч гэсэн та тайван байдлаа хадгалж, өөрийн үзэл бодлыг тайлбарлан эелдэг бай. Энэ бүхнээс гадна илтгэх урлагийг маш сайн маш сайн чадварлаг эзэмшсэн байх шаардлагатай.

Дүгнэлт

Имижмейкерүүд нэг талаас улс төрийн лидерийг өсгөж бойжуулах, тэдний улс төрийн боловсролыг дээшлүүлэх зэрэг цогц асуудлыг шийдвэрлэх стратеги тактик ба технологийг эзэмшсэн мэргэжлийн улс төрийн уран бүтээлч юм. Ард түмэн, сонгогчдын оюун санаанд ямар нэгэн лидерийн нэр хүнд, дүр зураг бүдгэрэх, мартагдах эсвэл тааламжгүй сөрөг ойлголт бий болсон тохиолдолд түүнийг засаж залруулах, тордож тодруулах ажлыг мэргэжлийн имижмейкерүүд хийдэг.

Аливаа улс төрийн лидерийн имиж бүрэлдэхэд имижмейкерийн үйл ажиллагаа маш чухал. Ихэнх улс төрчид тусгай бэлтгэгдсэн өөрийн имиж бэлтгэгч нартай байдаг бөгөөд тэдгээр тухайн улс төрийн гадаад төрх байдал, тодорхой нөхцлүүдэд биеэ хэрхэн авч явах зэргийг хянаж зөвлөгөө өгч байдаг байна.

Имиж нь урт удаан хугацааны туршид бий болж, танигдаж байдаг онцлогтой. Жинхэнэ улс төрч хүн бол өөрийн дүр төрхийг байнга бий болгож, хадгалж явах нь зайлшгүйг байнга санаж явдаг. Иймээс тэд олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлтэй ажилласан олон жилийн хуримтлуулсан туршлага, бүрэлдэж бий болсон имижтэй болсон байдаг.

Ийнхүү лидерийн имижэд нөлөөтэй олон хүчин зүйлсийг дурдаж болно. Дүгнэж үзвэл улс төрийн имиджийг бүрдүүлэхэд имидмейерийн оруулах хувь нэмэр, үүрэг их гэдэг нь харагдаж байна.

Номзүй

Алехин.А.Я. (1996): Имидж. идтикет делового человека. Москва.

Батсайхан.Р. 2000/04/: “Имиж гэж юу вэ? Бид түүнийг хэрхэн ойлгов”. 24 цаг сонин. Улаанбаатар.

Дарханбаяр.Ж. (2000): Улс төрийн лидерийн имиж. Улаанбаатар.

Дейвис.Ф. (1997): Вам абсолютный имидж. Москва.

Панасюк.А.Ю. (2000): “Вам нужен имиджмейкер?”. Или о том, как создавать свой имидж. Москва.

Пониделко.А.В, Лукашев.А.В. (2000): “Черный PR”. как способ овладения властью или бомба для имиджмейкера. Санкт-Петербург.

Почепцов.Г.Г. (2000): Профессия:имиджмейкер. Киев.

Sampson.E. (1994): “The image factor”. London..

Оюунчимэг.Д. (2001): “Улс төрийн имиж судлал” хичээлийн лекц. Улаанбаатар.

Abstract

That's very important to have an image in the political arena. Services should be organized by professionals and shouldn't be inexplicit or blind in politics and society. Through all stages of elections high level image-makers use their election methodology and experience to help candidates in all aspects of the campaign. Who is an image-maker?, his purpose and goal, become as a political expert, information printing, conaltation.