



Фарида РАҲИМОВА
катта илмий ходим-изланувчи
Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети
peryl1@mail.ru

ИМИЖНИ ШАКЛЛАНТИРИШ МУАММОСИНИНГ ТАРИХИЙ АСОСЛАРИ

Мақола имижни шакллантириш муаммосининг жаҳондаги тарихий асосларини тадқиқ этилишига бағишланади. Имижнинг пайдо бўлиши, шаклланиши ва тараққиётини ўрганиш ва таҳлил қилиш тадқиқотнинг мақсади ҳисобланади. Тадқиқотнинг натижаси имижнинг тараққиёт босқичларини аниқлаш билан белгиланади. Мақолада имиж феноменининг шаклланиш жараёни назариётчи олимларнинг илмий қарашларига асосланган ҳолда ўрганилиб, даврлаштирилади ва бу босқичларда пайдо бўлган фикрлар, қарашлар, назариялар умумлаштирилган ҳолда таҳлил қилинади.

Статья посвящена историографии становления имиджа за рубежом. Цель работы — изучить и проанализировать процесс возникновения, становления и развития имиджа. Результат работы – выявление этапов развития имиджа, в том числе профессионального. В статье изучается и классифицируется процесс формирования феномена имиджа согласно научным исследованиям теоретиков.

The article is devoted to the formation of historiography image abroad. The work purpose — to study and analyze the process of emergence, formation and development of the image. The result of work — identifying the stages of development of image, including professional. The article is studied, and to share for the period's process of formation of a phenomenon of the image according to scientific researches of theorists and views, opinions, theories are generally analyzed.

Калит сўзлар: имиж, образ, рамз, стереотип, аудитория, манипуляция, оммавий коммуникация, объект.

Ключевые слова: имидж, образ, символ, стереотип, аудитория, манипуляция, массовая коммуникация, объект.

Key words: image, image, symbol, stereotype, audience, manipulation, mass communication, object.

Назарий ва амалий фаолият жараёнларида имижни шакллантириш муаммосининг пайдо бўлиши ва тараққиёти босқичларини белгилашда фалсафа, психология, педагогика, имижелогияга оид манбаларнинг ретроспектив таҳлили муҳим аҳамият касб этади. Мазкур мақолада имижнинг таъриф-тавсифи, ўзига хос хусусиятлари, уни шакллантириш муаммоси ва

ривожиди ижтимоий, маданий, тарихий ва илмий-назарий асосларини хронологик тизимда ифодалашга ҳаракат қиламиз.

Имижнинг пайдо бўлиши, шаклланиши ва тараққиёти тарихини назариётчи олим Е. Яковлевнинг илмий қарашларига асосланиб, шартли уч даврга ажратиш мумкин: 1) тотарихий давр (милоддан аввалги 9–7 минг йиллик –XVIII аср); 2) системалаш (тартибга солиш) даври (XVIII–XX аср ўртаси); 3) ахборотлашган давр (XX аср ўртаси-ҳозирги вақтгача) (14, 23).

Дастлабки босқичда имиж онгли фаолият объекти бўлмаганлиги сабабли унга муносабат стихияли характерга эга бўлиб, у ҳақидаги билимлар аҳамиятсиз ва бир-бирига зиддир. Бу даврда меҳнат ва онг объектлари ўзаро бирлашмаганлиги боис, ҳодисалар орқали борлиқни англаш етакчилик қилган.

Билимлар соҳасида бошқалардан ажралиб турадиган образни яратиш мақсадида инсоният минг йилликлар давомида зарралардан тажриба тўплаган. Қайси вақтда имижни яратишга зарурият пайдо бўлганини тахмин қилишнинг имкони йўқ. Айнан қайси мамлакатда илк бора унга эҳтиёж туғилганини ва унинг асосчиси ким эканлигини айтиш ҳам мушкул. Имижни шакллантиришнинг ибтидоий кўринишларини дастлабки жамоавийлик тузуми босқичида пайдо бўла бошлаган деган фаразни илгари суришимиз мумкин. Имижелогия зарурият сабаб шакллантирилган образ ва жозиба ёрдамида инсонларни ишонтириш, таъсир ўтказиш, уларнинг ҳаёт тарзини ўзгартиришга асосланади. Шу сабаб ҳам имиж ва имижелогиянинг қадимги илдизларини тахмин қилиш мумкин. Имиж XX асрнинг фавқулодда ҳодисаси, бироқ унинг туб илдизи узоқ ўтмишга бориб тақалади. Жамоатчилик фикрига таъсир этиш воситаси сифатида ҳали таърифланмаган термин қадимги замонлардаёқ фаолиятда мавжуд бўлган.

Уруғчилик қабилалари ва дастлабки коммуникация шаклларининг пайдо бўлиши жараёнга қаратилган муайян образ яратишга замин ҳозирлади. Одамлар жамиятда ўзини ажратиб кўрсатишга, етакчилик ўрнини эгаллашга, образида ўзлигини намоён қилишга ҳаракат қила бошлашган. Бунинг учун ташқи кўринишни безовчи усуллардан, имо-ишоралардан фойдаланишган. Меҳнат фаолиятининг тараққиёти ибтидоий одамларга истеъмомчилик-яратувчилик турмуш тарзига ўтиш имконини берди. Тилнинг пайдо бўлиши билан одамлар ахборот узата бошладилар. Турли хил касб эгалари (овчилар, зироатчилар, хунармандлар) ташқи кўриниши, меҳнат қуроли, иш фаолияти билан бир-биридан фарқ қилишса-да, ўз меҳнатларининг маҳсули билан ўзаро айирбошлашга интилганлар. Кейинчалик иттифоқларнинг пайдо бўлиши жамиятдаги тенгликни турли хил ижтимоий мақомларга алмашишига сабаб бўлди. Бу иттифоқлар бошқалардан ажралиб турадиган ўзига хос тили, кийими, кадриятлари, махсус фаолиятига эга тўдаларга айланди.

Имиж бўйича дастлабки мутахассис сифатида ҳукмдор Моисейнинг ёрдамчиси руҳоний Аарон (милоддан аввалги 1445 йил) эътироф этилади. Моисейнинг дудуқланиши сабабли унинг ўрнига халқ олдида Аарон гапиришга мажбур бўлган. Шу сабаб ҳам уни ҳукмдорнинг оғзи ва башоратчиси деб атаганлар(10, 6).

“Имиж” тушунчаси асрлар давомида шаклланиб, тараққий этиб борди. Азалдан сардорлар, императорлар нутқ, имо-ишоралар ёрдамида керакли образни яратиб, халққа таъсир кўрсатишган. Бобил, қадимги Юнонистон ва қадимги Рим каби тамаддунларнинг гуллаб-яшнаган пайтларида одамларга таъсир кўрсатишнинг турли усулларидан фойдаланишган. Антик даврнинг машҳур мутафаккири Аристотелнинг (милоддан аввалги 384–322 йиллар) таъбирича, аудиториянинг хайрихоҳлиги ва майлига эришибгина, уларни ишонтириш мумкин(2, 646). Қадимги Римнинг давлат ва сиёсий арбоби, ажойиб нотик Цицерон (милоддан аввалги 106–43 йиллар) омманинг психологияси, қизиқишлари ва дидини ўрганиш муҳим эканлигини алоҳида таъкидлайди. Унинг фикрича, нотикнинг вазифаси тингловчиларнинг кўнглини олиш, уларнинг ахлоқи ва иродасига таъсир ўтказишдир(3, 446). Сиёсий арбоб ва саркарда Ю.Цезарь (милоддан аввалги 102-44 йиллар) оммага таъсир кўрсатувчи ёрқин маҳорат эгаси эди. У ҳарбий жанглари олдида ўз мурожаатлари ва сахна кўринишлари ёрдамида халқнинг қўллаб-қувватлашига эришган. Инсоният тарихи шуни исботлайдики, имижни шакллантириш асрлар давомида ўз самарасини бериб келаётган турли хил усул, услуб ва омилларни қамраб олади. Нотиклик маҳоратидан ташқари рамзлар, имижнинг ҳар хил атрибутлари (кийим, ҳидлар, безак, имо-ишора, мимика ва бошқалар) мавжуд. Тарихий манбаларга асосланиб шуни айтиш мумкинки, жамоатчиликка таъсир этиш асослари жанглари тайёргарлик кўриш, сиёсий сайловлар жараёнларида, маҳсулотни савдога олиб чиқиш, маблағ йиғиш, одамлар ва ҳодисаларни оммалаштиришда кенг қўлланилган.

Кейинги даврлар адабиётида файласуф — Честерфилд, М. Монтен, Ф. Бэкон, Н. Макиавелли ва Г. Лебон тилга олинади. Уларнинг фаолиятида имижни шакллантириш тизимида жамоатчилик муносабати ва ўзига хос ижтимоий тафаккурнинг муҳимлигини кузашимиз мумкин. Улар инсон омили, жамиятдаги шахсий кадрлар, одамнинг бошқаларда қандай таассурот қолдириши ва бу таассурот ижтимоий ҳаётда қандай аҳамиятга эга эканлигига катта эътибор қаратганлар.

Н. Макиавелли (1469–1527 йиллар) имижнинг илк назариячилардан бири ҳисобланиб, юқори даражадаги “имиж туйғуси” ёки юксак “имиж тафаккури” унга хос бўлган. Бундай тафаккурнинг аҳамиятли томони шахслараро маконда мулоҳаза қилиш ва таъсир кўрсатиш, атрофдагиларнинг

харакатини тахмин қилиш, одамлар билан илиқ муносабатларни ўрнатишни уудалашдан иборат эди(6, 12). Сиёсатшунос олим сифатида Н.Макиавелли ва Г.Лебон имижнинг амалий аҳамиятини илмий-амалий жиҳатдан асослаб берганлар(5, 158).

Иккинчи босқичда (XVIII–XX аср ўртаси) имижнинг алоҳида жиҳатларини системали тадқиқ қилишнинг бошланиши айрим назария ва фаразларнинг яралишига олиб келди. Имиж технологиясининг амалиётда қўлланилиши унинг назарий асосларини жадаллик билан тадқиқ қилиш имконини беради.

Немис файласуфи Ф.Ницше (1844–1900)нинг фикрига кўра, ҳар бир даҳо ниқоб кийиб юради, шундай экан, имиж — камуфляж, яратувчи ўзида эҳтиёж сезган таассуротларнинг яратилишидир (8, 726).

Бу даврда имижмейкинг профессионал фаолият тури сифатида конунлар, кадриятлар ва жамиятнинг эҳтиёжи билан ўзаро боғлиқлиги, шунингдек, имижни идрок қилишга тайёргарлик орқали пайдо бўлди. Бу фаолият АҚШда профессионал соҳа тариқасида шакллантирилиб, расмийлаштирилди.

“Имиж” термини XX аср бошида АҚШда пайдо бўлган. Бу даврда мамлакатда юзага келган иқтисодий инқироз оқибатида жамиятда мамлакат образи салбий кўринишга эга бўлиб бориши унинг халқаро майдондаги бизнес харакатига ҳалақит бера бошлайди. Дастлабки “имижмейкер”ларга дунё маданиятини забт этиш ва жаҳонда андоза бўла оладиган мамлакатнинг ижобий имижини яратиш вазифаси юклатилади. Мамлакат президенти ва биринчи хонимининг имиж андозаси ишлаб чиқилган. Айни шу пайтларда “америкача ҳаёт тарзи” тушунчасининг пайдо бўлиши, имижмейкерларда “бутун дунёни эгаллаш” фалсафасини юзага келтирган ва шахснинг имижини шакллантириш технологияси ишлаб чиқилган. “Имиж” термини дастлаб ишлаб чиқариш соҳасида истеъмолчиларга психологик таъсир ўтказиш воситаси сифатида, тижорат рекламаларида маҳсулотларни фарқлашда файдаланилганлиги боис, тор маъно-мазмунга эга бўлган. Кейинчалик эса жамоат арбобларини дифференциациялашга эҳтиёж пайдо бўлади. XX асрнинг 30-йилларида “Нью-Йорк Таймс” газетасида чоп этилган мақолаларнинг катта қисмини имижни яратиш, тараққий эттириш соҳасидаги мутахассислар томонидан нашрга тайёрланган материаллар ташкил этган.

XX асрнинг бошларида Россияда ҳам имижни шакллантиришнинг ижтимоий ролига бағишланган изланишлар олиб борилган. М. Щепкин, В. Немирович-Данченко, Е. Вахтангов ва К. Станиславский бадий образни яратиш усулларини тадқиқ қилиб, имижнинг ижтимоий-психологик

жиҳатларига эътибор қаратдилар. К. Станиславскийнинг ёзишича, имиж — инсон фаолияти, мулоқоти, хулқ-атвори ва тафаккурининг образидир(9, 466).

Фалсафа, психология, педагогика, имижелогияга оид адабиётларнинг контент-таҳлили шуни кўрсатадики, бу даврда “имиж” тушунчасининг шаклланиши рўй берган. Психологик ва педагогик тадқиқотларнинг мавжуд эмаслиги боис, имижни яратиш асоси сифатида амалий тажрибалар хизмат қилган.

Учинчи босқич (XX аср ўртаси – ҳозирги вақтгача) имижни илмий ўрганиш, унинг имкониятларини янги билим соҳаларида қўллаш билан характерланади.

1960-йилларда АҚШ илм-фанида янги йўналиш – имижни тадқиқ қилувчи – имижшуносликка таниқли иқтисодчи К. Болдинг асос солди. “Имиж” тушунчаси шу йилларда журналистик амалиётда фаол, айниқса, мусиқачиларни оммалаштириш мақсадида қўлланилган.

Е. Богданов, Н. Власова, Э. Дюркгейм, В. Зазыкин, У. Липпман каби тадқиқотчилар “имиж” ва “стереотип” тушунчаларининг ўзаро боғлиқлиги ҳақидаги фикрларни илгари сурдилар.

Кейинчалик имиж PR назарияси ва амалиётининг таркибий қисмига айланиб, сиёсий ва ижтимоий ҳаётга собитлик билан кириб келди. 1970-йилларда бу доирадаги дастлабки ишлар АҚШ имижни оммавий онгни манипуляция қилиш воситаси сифатида кўриб чиқилган. 1990-йилларга келиб, жамият ҳаётида янги ижтимоий-иқтисодий имкониятларнинг пайдо бўлиши сабаб имиж жамоатчилик эътиборининг марказига айланди.

“Имиж” сўзи илмий тушунча сифатида ишлатилаётганига ҳали кўп бўлмаган бўлса-да, у ноаниқ талқин қилинади. Бу борадаги айрим қарашларни кўриб чиқсак. Бир гуруҳ тадқиқотчилар имижни аудитория, замон ва макон истиқболларини ҳисобга олган ҳолда шакллантириш кераклигини таъкидлайдилар. Бошқа бир гуруҳ олимлари эса, одамларнинг онги ва ҳатти-ҳаракатини манипуляция қилиш воситаси сифатида имижни шакллантириш этика меъёрларига тўғри келмаслиги ҳақида баҳс қиладилар. Бу тушунча психологик билимларнинг кўп қирраларини ўзида бирлаштириб, психология, сиёсатшунослик, педагогика каби фанларнинг турли тармоқларида ишлаб чиқилган. Имиж нафақат кўриладиган образ, балки шакл ва мазмун жиҳатидан ички ва ташқи яхлитликнинг бир инъикоси сифатида ҳам тушунилади. Ижобий имижни шакллантириш кўп мамлакатлар ҳукуматининг муҳим бир бўлаги бўлиб қолмоқда. Бугунги кунда имижга, айниқса, сиёсий фаолиятда талаб кучаймоқда.

Кўриб турганимиздек, имиж ярим аср мобайнида АҚШ ва Европада фаол “фойдаланиш” да бўлган, лекин бу мамлакатларда фанларнинг махсус

илмий-амалий асосларига айланмаган. В. Шепел ушбу жараёни имиж дастлаб сиёсатшуносликнинг, кейин сиёсий психологиянинг ўрганиш предмети, сўнгра эса PRнинг марказий муаммосига айланганлиги билан изоҳлайди (11, 133).

Имижга Россияда 1970-йилларда оммавий онгни манипуляция қилиш воситаси сифатида қаралган бўлиб, шу давр матбуотидаги материалларда бу тушунча салбий жиҳатдан ёритилиб борган. Уни буржуа сиёсати ва ОАВнинг одамларни, оммавий онгни ғоявий мақсадларда ишлов бериш мақсадида манипуляция қилишнинг асосий усули сифатида кўришган. Имижга бўлган бундай муносабатни бартараф қилишга профессор О. Феофанов “Фалсафа муаммолари” журналида эълон қилинган мақолаларида ҳаракат қилади.

“Имижелогия” тушунчаси 1990-йилларда Россия илм-фанида кўлланила бошлади ва қисқа муддат ичида шуҳрат қозонди. Илк бора бу муаммони В.М.Шепель ўрганди. Имижелогияга бўлган қизиқиш унинг “Имижеология: шахсий жозоба сирлари” китоби чоп этилганидан сўнг ортиб борди, бу асарда у имижелогия – инсонларга ёқишнинг илми ва санъатидир, дея баҳо берди. У имижелогия соҳасидаги 200дан ортиқ илмий ишлар ва 30та монографиянинг муаллифидир. Унинг илмий тадқиқотлари натижасида имижелогия мустақил илмий-амалий билимлар соҳаси сифатида асосланлана бошлади. Бугунги кунда имижелогиянинг илмий тармоқлари икки гуруҳга ажратилади, яъни: назарий-услубий ва амалий.

XX асрнинг иккинчи ярмида имиж муаммосига бағишланган муаллифлардан П. Гуревич, А. Жмыриков, Е. Егорова-Гантман ва Н. Сарджвеладзенинг назарий ва амалий тадқиқотлари эълон қилина бошланди.

“Имиж” тушунчаси XX аср давомида шаклланган турли хилдаги кўплаб таъриф ва талқинларга эга бўлиб, уларнинг айримлари фойдаланиш жараёнида бир-бирини инкор қилади. Биз нуфузли адабиётлар ва энциклопедик нашрларни, шунингдек, бир гуруҳ муаллифларнинг таърифларини таҳлилга тордик. Имиж – оммалаштириш, реклама, эътироф этилиш мақсадида кимгадир ҳиссий-руҳий таъсир ўтказадиган бирор-бир шахс, ҳодиса, буюмнинг мақсадли шакллантирилган образидир(12, 344).

Шунингдек, имиж тушунчаси остида нуфузли ва юқори ижтимоий мавқега эга бўлган инсон образи ҳам тушунилади.

Имиж — шахснинг одамлар назаридаги образи, деган энг лўнда талқинни Е. Власова(7, 19) тақдим этади.

Бизнинг фикримизча, Г.Андреевнинг талқини имиж моҳиятини ижтимоий-психологик ҳодиса сифатида объектив акс эттиради: “Имиж, бу–идрок этиш ҳодисасининг махсус образидир. Шунинг учун ҳам объект ёки ҳодисанинг хаёлий тасвири ҳиссий мурожаатлар асосида яратилади”(1, 52).

Д. Ягернинг таърифи ижтимоий-психологик хусусиятлардан ташқари, шахсий ташқи маълумотларини ҳам ўз ичига олади. У: имиж – ташқи киёфанинг ўзига хос мажмуи, нутқ, хулқ-атвордан ҳосил қилинади, деб ёзади. Имиж – “таассуротларни бошқариш” санъатидир(13, 65).

XXI аср бошларида А. Ю. Панасюк муаллифлигида яратилган имиж ҳақидаги биринчи энциклопедик луғат янги даврни бошлаб берди. Унинг талқинига кўра, имижни шакллантириш жараёни аудиторияни психологик жиҳатдан жалб этишга йўналтирилган муносабатдир(4, 656).

Бугунги кунда фалсафа, психология ва педагогикада муайян миқдорда тадқиқотимиз мавзуси юзасидан билимлар йиғилган, дейишимиз мумкин. Имиж психологияси, тарғиботи ва оммавий коммуникация масалаларини О. Анисимов, Е. Егорова-Гантман, А. Зимичева, В. Комаровский, Д. Ольшанский, Е. Перельгина, У. Липпман каби бир гуруҳ олимлар тадқиқ этганлар.

Тадқиқотимиз таҳлили шуни кўрсатадики, назарий ва психологик-педагогик амалиётда имижнинг тарихи, уни шакллантиришга оид муаммолар комплекс равишда ўрганилган (Э. Гоффман, А. Лебедев-Любимов ва бошқалар), ўрганилаётган масаланинг мақсади, вазифалари, жараённинг назарий ва амалий жиҳатлари асослаб берилган (Р. Баумейстер, Д. Майерс, Р. Хофф, С. Илко, Е. Перельгина, Е. Зимачева, А. Панасюк, Е. Петрова, В. Панкратов, М. Шнайдер).

Имиж тарихининг учинчи босқичини имижни шакллантиришнинг психо-педагогик асосларини ривожлантириш, муаммонинг услубий-технологик ечимларини ҳал этиш даври деб аташимиз мумкин.

Хулоса қилиб айтганда, имижнинг пайдо бўлиши, шаклланиши ва ривож борадиги бу фикрларимиз унинг тараққиёти чўққисини холисона тассавур қилиш, илмий тадқиқот йўналишининг истиқболини аниқлаш ва муаммонинг ўрганилганлик даражасини баҳолаш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Андреева Г. М. Социальная психология. –М.: МГУ, 1980. – 416 с.
2. Аристотель. Поэтика // Аристотель. Соч.: В 4 т. –М., 1984. – 830 с.
3. Великие мысли великих людей. Антология афоризма: В 3 т / Сост. А. П. Кондрашов. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 1998. Т. 1. – 512 с.
4. Имидж: Энциклопедический словарь / Авт., сост. А.Ю. Панасюк. –М.: РИПОЛ классик, 2007. – 768 с.
5. Лебон Г. Психология народов и масс. –СПб.,1995. – 311 с.
6. Макиавелли Н. Государь. –М., 1990. – 80 с.
7. Нефедова И., Власова Е. Я и мой имидж. –М.: ЭКСМО-Пресс, 1997. – 208 с.
8. Ницше Ф. Сочинения: В 2 т. М., 1990. Т. 1. – 828 с.
9. Станиславский К. С. Работа актера над собой. Артист. Режиссер. Театр. – М.: 2002. – 488 с.

10. Утлик Э. П. Практическая психология имиджа // Вестник университета. Серия Социология и управление персоналом. –М.,1999. №1. – С. 5-17.
11. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.
12. Энциклопедический словарь / Ред. кол.: В. И. Бородулин, А. П. Горкин, А. А. Гусев, Н. М. Ланда и др. –М.: Большая Рос. энцикл., 1997. – 894 с.
13. Ягер Д. Имидж и этикет делового человека. – М., 1997. – 128 с.
14. Яковлев Е. В. Педагогическая концепция: методологические аспекты построения. –М.: ВЛАДОС, 2006. – 239 с.