

**ЎЗБЕКИСТОН МУДОФАА ВАЗИРЛИГИ ИМИДЖИНИ
ШАКЛЛАНТИРИШДА СИЁСИЙ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИ
ҲУСУСИДА**

Sa'dullayev Sherzod Maxsud o'g'li

Mustaqil izlanuvchi

Аннотация

Мазкур мақола Ўзбекистон Республикаси Қуролли Кучлари ва Мудофаа вазирлигининг имижини шакллантириш жараёнини сиёсий технологиялар, стратегик коммуникация ва PR нуқтаи назаридан таҳлил қилади. У сўнгги йилларда жамият онгида армияга нисбатан муносабатнинг трансформацияси миллий хавфсизлик, ҳарбий ислохотлар ва ахборот технологияларининг ривожланиши билан узвий боғлиқ эканлигини асослайди.

Тадқиқот оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқлар орқали тарқалаётган салбий ахборотлар ҳарбий хизматга бўлган мотивацияни пасайтираётганини таъкидлаб, ижобий имижни яратишда “стратегик коммуникация” ва “имиджелогия” каби замонавий илмий ёндашувлардан фойдаланиш заруриятини кўрсатади.

Мақсад – Мудофаа вазирлиги имижини шакллантиришнинг миллий менталитетга мослашган самарали моделини таклиф этиш орқали давлатнинг миллий хавфсизлик доктринасидаги муҳим стратегик йўналиш сифатида армия нуфузини мустаҳкамлашдан иборат.

Аннотация

Данная статья анализирует процесс формирования имиджа Вооруженных Сил и Министерства обороны Республики Узбекистан с точки зрения политических технологий, стратегических коммуникаций и PR. Обосновывается, что трансформация отношения общества к армии в последние годы неразрывно связана с национальной безопасностью, военными реформами и развитием информационных технологий.

Исследование подчеркивает, что негативная информация, распространяемая через СМИ и социальные сети, снижает мотивацию к военной службе, и указывает на необходимость использования современных научных подходов, таких как «стратегические коммуникации» и «имиджелогия», для создания положительного имиджа.

Цель – предложить эффективную модель формирования имиджа Министерства обороны, адаптированную к национальному менталитету, и тем самым укрепить авторитет армии как важного стратегического направления в доктрине национальной безопасности государства.

Abstract

This article analyzes the process of image formation of the Armed Forces and the Ministry of Defense of the Republic of Uzbekistan from the perspective of political technologies, strategic communication, and PR. It substantiates that the transformation of public attitudes towards the military in recent years is intrinsically linked to national security, military reforms, and the rapid development of information technologies.

The research highlights that negative information disseminated through the media and social networks reduces motivation for military service, and points to the necessity of utilizing modern scientific approaches, such as "strategic communication" and "imagelogy," to create a positive image.

The primary goal is to propose an effective model for shaping the image of the Ministry of Defense, adapted to the national mentality, and thereby strengthen the army's prestige as a crucial strategic direction within the state's national security doctrine.

Кириш қисм. Сўнгги йиллар давомида Ўзбекистон Республикаси Қуrollи Кучларига нисбатан жамоатчилик онгидаги муносабат ва фикрларнинг трансформацияси мамлакат ижтимоий-сиёсий ҳаётида долзарб ва кўп қиррали масала сифатида намоён бўлмоқда. Мазкур жараён миллий хавфсизлик сиёсати, ҳарбий соҳадаги ислохотлар, ахборот технологияларининг жадал ривожланиши ва фуқароларнинг ахборот майдонидаги фаоллиги билан узвий боғлиқдир.

Бугунги кунда жамоатчилик фикрининг шаклланишига таъсир этувчи асосий омиллар — оммавий ахборот воситалари, интернет платформалари ва ижтимоий тармоқлар ҳисобланади. Шу боис армия фаолияти ҳақидаги ахборот оқимида салбий ва ижобий контент ўртасидаги мувозанатни таъминлаш давлат ва жамият олдидаги муҳим вазифалардан бирига айланди.

Айниқса, босма ва электрон оммавий ахборот воситаларида чоп этилган таҳлилий материаллар, ҳарбий хизматни ўтаб қайтган фуқароларнинг шахсий фикрлари ва тажрибалари жамоатчилик онгида армиянинг умумий қиёфасини шакллантиришда катта аҳамият касб этади. Бироқ айрим ҳолларда бу фикрларда ҳарбий хизматнинг мураккаб шароити, моддий-техник базанинг етарлича замонавий эмаслиги ёки маъмурий муносабатлардаги камчиликлар сабабли салбий муносабатлар устунлик қилаётганини кузатиш мумкин. Бу ҳолат фуқароларнинг ҳарбий хизматни ўташга бўлган қизиқиши ва мотивациясининг пасайишига олиб келмоқда.

Шундай экан, мамлакат армияси ва Мудофаа вазирлиги фаолиятига нисбатан ишонч ва ҳурматни мустаҳкамлаш учун замонавий сиёсий технологиялар ҳамда

коммуникацион усуллардан самарали фойдаланиш зарур. Хусусан, “стратегик коммуникация, имиджелогия ва паблик рилейшнз” каби илмий йўналишлар воситасида ҳарбий тизимнинг ижобий имижини шакллантириш, унинг фуқаролар ҳаётидаги ўрни ва аҳамиятини намоён этиш, ҳамда ёш авлоднинг ҳарбий хизматга бўлган муносабатини ижобий томонга ўзгартириш мумкин.

Асосий қисм. Сиёсий технологиялар нафақат ахборот воситаси сифатида, балки жамиятда ижобий мафкуравий муҳит яратиш, миллий армиянинг нуфузини ошириш ва давлат хавфсизлиги тизимини мустаҳкамлашнинг муҳим омилларидан бири сифатида ҳам намоён бўлмоқда.

Шу жиҳатдан, ҳарбий имидж ва унинг жамоатчилик онгидаги намоёнлиги ўрганиш нафақат ахборот сиёсати соҳасида, балки ижтимоий психология, сиёсатшунослик ва коммуникация назарияси каби соҳаларда ҳам долзарб илмий йўналиш ҳисобланади.

Мазкур тадқиқотнинг асосий мақсади — Ўзбекистон Республикаси Мудофаа вазирлиги имижининг шаклланишида замонавий илмий ёндашувларни таҳлил қилиш, уларнинг миллий маданият ва жамият менталитетига мослашган моделини таклиф этишдан иборат.

Замонавий жаҳон ахборот маконида давлат тузилмалари, жумладан, мудофаа соҳасига доир ташкилотларнинг ижтимоий имижини бошқариш масаласи стратегик аҳамият касб этмоқда. Бу айниқса, мамлакат хавфсизлиги ва фуқароларнинг ҳарбий хизматга бўлган муносабати каби долзарб соҳаларда жамият билан самарали коммуникацияни таъминлаш зарурати билан боғлиқ. Шу муносабат билан сиёсий раҳбарият ва ҳарбий қўмондонлик тизими нафақат мамлакатнинг ички хавфсизлигини таъминлаш, балки жамоатчилик онгида миллий армиянинг ижобий образини шакллантириш ҳамда уни мустаҳкамлашга қаратилган мақсадли фаолиятни амалга ошириши лозим.

Мазкур жараёнда Мудофаа вазирлигининг имижини - яъни жамоатчилик онгидаги умумий “тасвир” - сиёсий технологиялар орқали яратиладиган ва қўллаб-қувватладиган стратегик коммуникация объекти сифатида намоён бўлади. Бундай образ нафақат аҳоли учун жозибадор, балки идеологик жиҳатдан давлат манфаатларига мос йўналтирувчи таъсир воситаси сифатида ҳам хизмат қилиши керак. Бу ҳолатда имиж яратиш жараёни шунчаки ахборот кампанияси эмас, балки давлат сиёсий фаолиятининг муҳим йўналишига айланади.

“Имиж” категорияси илмий муомалага нисбатан яқин вақтларда кириб келган бўлса-да, у ҳозирги кунда жамиятнинг коммуникатив ва психосоциологик тизимларида муҳим ўрин эгалламоқда. Ғарб илмий мактабида, айниқса АҚШ сиёсий маркетинг ва PR амалиётида, “image” атамаси оммавий онгга шаклландиган, муайян шахс ёки институт ҳақидаги таассуротлар мажмуасини англатади. У

ижтимоий институтлар томонидан аҳоли онгида яратиладиган эмоционал ва когнитив тасаввур сифатида талқин этилади.

Имиж, илмий нуқтаи назардан, нафақат ташқи кўриниш ёки визуал образни, балки унинг ортидаги маънавий, ахлоқий ва сиёсий қадриятлар тизимини ҳам қамраб олади. У муайян субъект - шахс, ташкилот ёки давлат муассасасининг жамиятда қандай қабул қилиниши ва унинг обрўси қандай шаклланишига таъсир этувчи ижтимоий психология категориясидир. Шу жиҳатдан, Мудофаа вазирлиги имижи фақат ҳарбий соҳага оид ташкилий самарадорлик ёки интизом билан чекланмайди; у жамият онгидаги армия ҳақидаги эмоционал ҳиссиётлар, ишонч даражаси ва миллий ғурур билан ҳам боғлиқ.

Сиёсий технологиялар нуқтаи назаридан олиб қаралганда, имижни шакллантириш жараёни жамиятнинг онг ва тафаккур тизимида мақсадли таъсир механизмининг йўлга қўйишни талаб этади. Бундай таъсир — оммавий коммуникация воситалари, ижтимоий тармоқлар, медиакомпаниялар ва PR стратегиялар орқали амалга оширилади. Масалан, ҳарбий хизматнинг ижобий образини яратишда миллий қаҳрамонлик, фидойилик ва ватанпарварлик ғоялари билан боғлиқ нарративлардан фойдаланиш аҳолининг миллий ғурурини ошириш ва армияга бўлган ишончни мустаҳкамлашга хизмат қилади.

Шу билан бирга, “имиж” тушунчаси психологик жиҳатдан ҳам икки қиррали маънога эга: бир томондан у реал шахс ёки ташкилотнинг жамоатчилик онгидаги аксини, иккинчи томондан эса сунъий равишда яратилган идеаллаштирилган образни ифода этади. Бу икки йўналишни уйғунлаштириш - сиёсий технологияларнинг самарали қўлланиши орқали амалга ошади. Масалан, Мудофаа вазирлиги фаолияти ҳақида ижобий контентни яратишда нафақат расмий ахборот, балки визуал (фото, видео) воситалар, шахсий тарихлар ва мотивацион ҳикоялар орқали таъсир этиш муваффақият калити бўла олади.

Шу нуқтаи назардан, ҳарбий имижни шакллантиришнинг илмий ва амалий аҳамияти шундаки, у фақат ташвиқот воситаси эмас, балки стратегик бошқарувнинг муҳим элементи сифатида давлат сиёсий коммуникация тизимида иштирок этади. Мудофаа вазирлиги имижи аҳоли онгида армиянинг ижтимоий мақоми, функциялари ва қадриятлар тизими билан боғлиқ барқарор тасаввурлар мажмуаси сифатида намоён бўлади. Унинг ижобий шаклланиши эса, ўз навбатида, фуқароларнинг давлат хавфсизлигига бўлган ишончи ва фаол фуқаролик позициясини мустаҳкамлашга хизмат қилади.

Мудофаа вазирлиги имиджининг илмий-назарий таҳлили ҳозирги шароитларда сиёсий технологияларнинг Мудофаа вазирлиги имиджини шакллантиришдаги ролини аниқлаш учун муҳимдир. Сиёсий технологиялар, бир томондан, оммавий онга таъсир этиш воситаси сифатида, иккинчи томондан, давлатнинг ҳарбий сиёсатининг бир қисми сифатида кўрилади.

А. П. Панков сиёсий технологияларни “ҳокимиятни амалга ошириш ва сақлаш учун қўлланиладиган усуллар мажмуи” деб ҳисоблайди .

Демак, Мудофаа вазирлиги имижини яратиш ва қўллаб-қувватлаш фақатгина ахборот сиёсати вазифаси эмас, балки мамлакатнинг миллий хавфсизлик доктринасида муҳим стратегик йўналиш сифатида қаралиши лозим. Сиёсий технологиялар орқали мазкур мақсадга эришиш, жамиятда ижтимоий бирдамлик, ватанпарварлик ва давлатчилик ғояларини мустаҳкамлашга хизмат қилади.

Сиёсий технологияларнинг ҳарбий имиджга таъсирини ўрганиш, сиёсий технологияларнинг ҳарбий имиджни шакллантиришдаги ролини аниқлаш учун муҳимдир. Сиёсий технологиялар, бир томондан, оммавий онгга таъсир этиш воситаси сифатида, иккинчи томондан, давлатнинг ҳарбий сиёсатининг бир қисми сифатида қўрилади .

Хулоса. Ўзбекистон Республикаси Мудофаа вазирлиги имижини бошқариш масаласи замонавий давлатнинг стратегик коммуникация тизимида марказий ўрин тутишини илмий жиҳатдан асослади. Армия имижи нафақат ташкилий самарадорликни, балки жамият онгидаги ишонч даражаси, ватанпарварлик туйғуси ва миллий ғурур каби ижтимоий-психологик омилларни ҳам акс эттирувчи комплекс категориядир.

Мудофаа вазирлигининг ижобий имижини шакллантириш жараёни шунчаки ахборот ташвиқоти эмас, балки сиёсий технологиялар ва имиджелогия воситасида амалга ошириладиган мақсадли стратегик бошқарув элементи ҳисобланади. Оммавий ахборот воситалари, айниқса, интернет платформалари ва ижтимоий тармоқлар жамоатчилик фикрини шакллантиришда устувор аҳамиятга эга шунингдек, Мудофаа вазирлиги фаолиятига доир ахборот оқидамида салбий контент улушини камайитириш ва миллий қаҳрамонлик, фидойилик ҳамда ватанпарварлик ғояларини тарғиб қилувчи позитив нарративларни тизимли равишда яратиш зарур.

Имиж яратиш жараёни Ғарб PR амалиётидан шунчаки кўчирмасдан, балки Ўзбекистоннинг миллий менталитети, тарихий қадриятлари ва ижтимоий психологиясига мослашган, маънавий-ахлоқий қадриятларга асосланган моделни яратишни талаб этади. Хулоса қилиб айтганда, Мудофаа вазирлиги имижини стратегик бошқариш – миллий хавфсизлик доктринасининг ажралмас қисми бўлиб, жамиятда ижтимоий бирдамлик, давлатчилик ғоялари ва фуқаролик позициясини мустаҳкамлашга хизмат қилади. Бу мақсадга эришиш учун замонавий сиёсий технологиялар ва коммуникацион усуллардан фаол ва мақсадли фойдаланиш, армия нуфузини ошириш ва фуқароларнинг ҳарбий хизматга бўлган ижобий муносабатини мустаҳкамлаш зарурий стратегик вазифадир.