

**DA'VOGAR (NOMZOD, RAXBAR) IMIDJINI O'ZGARTIRISH (KORREKSIYALASH)
VA TALABLARGA MOSLASHTIRISH NAZARIYALARI. RAHBARLIKKA DA'VOGAR
IMIDJINI SHAKLLANTIRISH VA RIVOJLANTIRISH BOSQICHLARI**

Oloberganova Barno Xamrobek qizi

oloberganova67@gmail.com

Toshkent tibbiyot akademiyasi

Sog'liqni saqlash menejmenti yo'nalishi, talaba

Vahobov Shavkatjon Shuxratjon o'g'li

shavkatjon.vahobov@gmail.com

Toshkent tibbiyot akademiyasi

Sog'liqni saqlash menejmenti yo'nalishi, talaba

Annotatsiya: *Boshqaruv (raxbarlik) - murakkab kasblardan sanalib, bu kasbni egallamoqchi bo'lgan nomzod nafaqat iqtisodiy, ijtimoiy, psixologik bilimlarni nazariy va amaliy o'zlashtirishi, balki umumiy, texnik, iqtisodiy, omilkorlik va tashkilotchilik qobiliyatlariga ega bo'lishi, shuningdek, barcha jixatlarni tushunish orqali ko'p qirrali vaziyatlarda, sharoitlarda o'z qiyofasini amaliy tarzda to'g'ri ifoda eta olishni bilishi zarur. Bularning barchasi imidj o'z ichiga qamrab oladi. Ushbu maqolada aynan shu mavzu, ya'ni raxbarlikka da'vogar imidjini korreksiyalash, uni shakllantirish va rivojlantirish haqidagi ma'limotlar yoritilgan.*

Kalit so'zlar: *imidj, sintetik obraz, korreksiyalash, fenomen, boshqaruv, psixologiya, inson "Men"i, «ijtimoiy persepsiya», verbal, noverbal, lider, individual xususiyatlar, tashkilot*

**ТЕОРИИ ИЗМЕНЕНИЯ (КОРРЕКЦИИ) И АДАПТАЦИИ К ТРЕБОВАНИЯМ
ИМИДЖА ПРЕТЕНДЕНТА (КАНДИДАТА, РУКОВОДИТЕЛЯ). ЭТАПЫ
ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ИМИДЖА ПРЕТЕНДЕНТА НА ЛИДЕРСТВО**

Оллоберганова Барно Хамробековна

oloberganova67@gmail.com

Ташкентская медицинская академия

Управления здравоохранением, студент

Вахабов Шавкатжон Шухратжонцвич

shavkatjon.vahobov@gmail.com

Ташкентская медицинская академия

Управления здравоохранением, студент

Аннотация: Управление (руководство) - считается одной из сложных профессий, кандидат желающий овладеть этой профессией, должен не только теоретически и практически овладеть экономическими, социальными, психологическими знаниями, но и обладать общими, техническими, экономическими, факторными и организаторскими способностями, а также уметь правильно выражать свой образ в многогранных ситуациях, условиях, понимая все аспекты. необходимо знать, как получить. Все это включает в себя изображение. В данной статье освещается именно эта тема, а именно информация о коррекции имиджа претендента на лидерство, его становлении и развитии.

Ключевые слова: имидж, синтетический образ, коррекция, феномен, менеджмент, психология, "эго", «социальная перцепция», вербальная, невербальная, лидер, индивидуальные черты, организация.

theories of change (correction) and adaptation to requirements of the image of the plaintiff (candidate, manager). stages of formation and development of the image of the applicant for leadership.

Olloberganova Barno Xamrobek qizi

olloberganova67@gmail.com

Tashkent Medical Academy

Health management, student

Vahobov Shavkatjon Shuxratjon o'g'li

shavkatjon.vahobov@gmail.com

Tashkent Medical Academy

Health management, student

Annotation: Management (Leadership) - counted from complex professions, it is necessary that the candidate who wants to master this profession not only has a theoretical and practical mastery of economic, social, psychological knowledge, but also has general, technical, economic, factorical and organizational abilities, as well as knows how to correctly express his image in a practical way in multifaceted situations, All this covers the image. This article covers exactly this topic, that is, the priorities for the correction of the image of the pretender to the manager, its formation and development.

Keywords: *image, synthetic image, correction, phenomenon, management, psychology, human "ego", "social perception", verbal, nonverbal, leader, individual characteristics, organization.*

Barchaga ma'lumki, boshqaruv (raxbarlik, menejment) - murakkab kasblardan biri hisoblanib, unga da'vogar bo'lgan shaxs nafaqat idtisodiy, ijtimoiy va psixologik bilimlarni nazariy jihatdan, balki amaliy jihatdan xam o'zlashtirgan holda yetarli tayyorgarlikka ega bo'lishlikni talab etadi. Bunda umumiy, texnik, iqtisodiy, omilkorlik va tashkilotchilik qobiliyatlariga ega bo'lish bilan birga, raxbar barcha jixatlarni tushunish orqali ko'p qirrali vaziyatlarda, sharoitlarda o'z imidjini amaliy tarzda to'g'ri ifoda eta olishni bilishi zarur. Vaholanki, raxbar tomonidan olib boriladigan boshqaruv jarayonini madsadga muvofiq ravishda amalga oshishi uchun imidjning roli xam katta axamiyatga ega bo'ladi.

Imidj – (ing. "Image" – qiyofa, tasvir) odamlar ongida muayyan shaxs, tashkilot yoki boshqa ijtimoiy ob'ektga nisbatan yuzaga keluvchi, idrok etilayotgan ob'ekt haqidagi axborotni o'zida mujassamlashtirgan va ijtimoiy xulq-atvorga da'vat etadigan muayyan sintetik obraz.

Ta'kidlab o'tish joizki, raxbar shaxsining barcha qobiliyatlarini mukammallashtirish boshqaruvda qanchalik axamiyat kasb etsa, raxbarda imidjni maxsus shakllantirish bilan professional faoliyatda kamolotga erishish xam shunchalik muhim.

Raxbar imidji deganda, imidj so'zining ifodasi namoyon bo'lar ekan, bu boradagi turli xil ta'riflarni keltirish, ularni taxlil qilish va o'rganish uning yanada chuqurroq mohiyatini anglab yetish hamda ushbu mazmunda teran fikr yuritishga undaydi.

Zamonaviy rahbar imijini yaratish – bu uning yuzi, kiyinishi, qalbi, sog'lom fikri, muomala madaniyati, boshqaruvchilik san'atini mukammal egallovchi shaxs. Zamonaviy rahbar imidji bilan bevosita bog'liq tushunchalar biri esa kompetentlik: bilimi, tafakkuri, kasbiy mahorati, farosati, kamtar, xushmuomalali kabi insoniy fazilatlar, go'zallik, axloqiylik, o'g'it va ibrat, ustoz va shogird an'analariga tayangan holda insonning nufuzini ko'tarish, obro'yini oshirish, hurmatga sazovor bo'lishdir.

Da'vogar (nomzod, raxbar) imidjini o'zgartirish (korreksiyalash) va talablarga moslashtirish nazariyalari. Boshqaruv jarayonida raxbar imidjini yaratish va shakllantirishning turli tamoyillarini taxlil qilish «imidj» fenomeni shaxs tamoyili va ta'sir ko'rsatish psixologiyasi nuqtai nazaridan kelib chiqqan holda taxlil etilganligini e'tirof etish kerak. Ko'plab mutaxassislar tadqiqotlar orqali qo'lga kiritilgan natijalarga tayanib - imidj - uni uzatish usulini

o'zgartirish orqali yaratiladi, deb xisoblaydilar. Zero, qandaydir ta'sir kursatuvchi ko'rinishdagi imidjni shakllantirishning zamonaviy tamoyillaridagi XIX-XX aslarda ishlab chiqilgan g'oyalarga asoslangandir. Masalan, A.Panasyuk taklif etgan yondashuvda psixoanaliz usullariga asoslanganligini aytib o'tish mumkin. U imidjni qabul qilish ko'pincha ongsiz ravishda sodir bo'ladi deydi. A Panasyuk fikricha: «Odamlarning o'zini tutishi ko'pincha ongdagi axloq me'yorlari orqali determinatsiya qilinadi». Uning, respicient ongiga ma'lumot yetqazish tamoyili «shunday qilish kerakki ma'lumot onga yetib borishi kerakligi bilan ifodalanadi. Muallif ma'lumot qabul qilish mexanizmini o'rganib chiqib, qabul qilish stereotipini faqatgina imidj yaratuvchi ma'lumotlar orqali onga ta'sir qilib o'zgartirish mumkinligi xaqidagi xulosasiga keladi. Bunda imidjni yaratuvchi ma'lumot takrorlanib, tasdiqlanib, muallif fikricha «ishonchlilik testi»dan o'tishi kerak. A.Panasyuk xar xil qabul qilish oqimlaridan keladigan axborotlarni o'zaro mos kelishiga alovdada e'tibor beradi. O'zaro mos kelmaslik ishonchsizlikni tug'diradi. Muallif qabul qilishning konservatizm ya'ni, onga singgan ijobiylik va salbiylikni o'zgartirish murakkablik xususiyatiga aloxida urg'u beradi. A.Panasyukning tamoyili real «Men»ning tashqi o'zgarishlari asosida quriladi. Muallifning fikricha, «xarakteringizning salbiy tomonlarini ko'rsatuvchi munosabatlar xarakatini namoyon etmasdan, mulokot qilayotgan odamingizga xuzur bag'ishlaydigan xarakteringizning tomonlarini taqdim eting». Shuningdek, u psixotexnikalardan foydalanishni taklif atadi. Muallif psixotexnika deganda, xulq-atvorning «to'g'ri» xisoblangan verbal yoki noverbal usullarini nazarda tutar ekan, ya'ni «ochiq ko'zlar» - ongli ravishda ishlashni o'rganish zarurligini ta'kidlaydi.

A.Bodalevshng «ijtimoiy persepsiya» tamoyili ham ta'sir ko'rsatish psixologiyasi asosida yuzaga kelgan bo'lib, muallif tomonidan olib borilgan tadqiqotlar insonlarning yuz tuzilishi shaxsiy xususiyatlariga mos kelish-kelmasligini aniqlashga yordam beradi. Bu borada izlanish olib borgan N. Obozov esa, quyidagi - antropologik va ekpressiv xususiyatlarga ko'ra individning tashki ko'rinishi qabul qilinadi, deb xisoblaydi.

Psixologiyaning turli xil yo'nalish tarafdorlari imidjni shakllantirish borasida o'z tamoyillarini yaratadilar. Jumladan, xulq psixologiyasi maktabi vakillari imidjni shakllantirish jarayonga perseptiv operatsiyalarni o'zgartirish qabilidagi qarashni taklif etadilar. Buning asosiy natijasi atrofdagilarning shaxs imidjini munosabat tarkibi sifatida qabul qilishi bilan ifodalanadi. Amerikalik tadqidotchilar O.Konel, K.Daniel verbal imidjni shakllantirishning aniq ko'rsatmasini berishgan: «Liderning nutqi, o'zini tutishi va yuz tuzilishi unga bo'ysunuvchilarning nutqi, o'zini tutishi va yuz tuzilishidan farq qiladi.

Liderda nutqlar buyruq ko'rinishida ifoda etiladi, ... buysunuvchilarga nisbatan past ohangda bo'ladi. Unda tanaffus ko'p bo'ladi» deyiladi.

F.Perlzutt shaxsga oid nazariyasi va psixoterapevtik ta'sir tarafdorlari (geshtaltterapiya) imidjni butun bir tizim sifatida, ya'ni unga qandaydir aniq va real narsaday qarashni («shu yerda va hozir») xamda shakllantirishni taklif etadilar (figura va fonning mos kelishi). Kognitiv psixologiya tarafdorlari esa, imidjni shakllantirish tamoyilini o'rgatuvchi strategiya (sub'ekt tomonidan anglab qilinadigan) sifatida taklif etishadi. Nazariyalardan yana biri «tansislik nazariyasi» imidjning emotsional ta'siri xususiyatlari asosida yaratilgan. «Ayniqsa, maqsadli axborotning aniqligi kamyob paytida intensiv tasavvurni yuzaga keltiradi. Bunday xolda tasavvurni rag'batlantiruvchi ongning kompensatorlik mexanizmlari ishga tushadi... o'ylab oxiriga yetishning erkinlik darajasi... mutaxassislar tomonidan qat'iy nazorat qilinadi».

Imidj, munosabatda bo'ladigan guruxdarda raxbarning faqatgina cheklangan professional va shaxsiy tomonlarini ko'rsatadi. Bularni resipientning tasavvuri to'ldirib turadi, lekin axborotning ko'pligi diqqatni chalg'itishi ham mumkin. Balki shuning uchundir imidjni shakllantirayotgan insonlar shaxsiy ma'lumotning katta kismini yashiradilar: ma'lumotning kamligi qiziqish va tasavvurni uyg'otadi. Tarixchi Ye.Tarle quyidagi fenomenga e'tiborni qaratadi: «Napoleon nutqlarining barchasidan tarixdagi «Napoleon afsonasi» uchun ko'p narsa topishimiz mumkin, lekin Napoleonning o'zini namoyon etuvchi qimmatli va ishonchli ma'lumotlar juda kam».

Lavozimga da'vogar imidjini shakllantirish va rivojlantirish bosqichlari. Zamonaviy ilm-fan imidjni amaliy jixatdan rivojlantirish va shakllantirish istagida bo'lgan raxbarlikka da'vogar (nomzod)lar oldiga quyidagi o'nta bosqichni amalga oshirish masalasini qo'yadi:

□ O'zgarish kerakligini aniqlash. Ichki tushunish xamda o'zgarish kerakligini asoslashga xizmat qiluvchi «ongli motivatsiya» zarur. Motivni anglash o'sishga intilishni kuchaytiradi, chunki inson motivlarsiz o'ziga zarur bo'lgan natijalarga erisha olmaydi.

□ Aniq maqsadlarni shakllantirish. Ko'pincha o'zgarishlar ma'lum madsadlarga erishish uchun kerak bo'ladi. Ongli va aniq maqsadlarning o'zi bir turtkidir. Masalan, raxbar saylovlarda muvaffaqiyatli kurashish uchun omma oldida o'zini tutishni o'rganadi.

□ Xaqiqiy imidjni baxolashning anglanganligi. Amerikaliklarda shunday ibora bor: «qayoqqa qarab harakat qilishni tushinish uchun, qayerda turganingni aniqlashing kerak». Ko'pincha «imidj ega»si ob'ektiv xaqiqatni aniqlashning uddasidan chida olmaydi. Lekin bu muammo

psixodiagnostika usullari yordamida yechilishi mumkin. Bu o'rinda quyidagi omillarga e'tibor berish zarur:

(a) raxbarning shaxsiy, boshqaruv xamda induvidual xususiyatlari (real imidj);

(b) o'zini-o'zi baxolash - «o'z imidji»ning mavqei (pozitsiya) xususiyatlari;

(c) munosabatlardagi gurux namoyandalarining qabul qilish spesifikatsiyasini o'rganib bo'lingach, ular taklif etayotgan raxbarning ideal imidjini aniqlashni tadqiq etish maqsadga muvofiqdir.

□ «Ideal imidjni aniqlash. Ushbu bosqich aloxida «fikir liderlari» guruxi namoyandalarining taxlili orqali amalga oshiriladi (masalan, OAV vakillari). Ularning fikri o'z navbatida ommaviy «Men»ning shakllanishiga turtki beradi yoki sababchi bo'ladi. Agar teatr - bu xayot ko'zgusi bo'lsa, OAV - kattalashtiruvchi oyna (lupa) xisoblanadi.

□ Xoxlayotgan o'zgarishlar to'plamini aniqlash. Bu real imidjni idealga yaqinlashtirish demakdir. O'tkazilgan tadqiqotlar natijasida shakllantirilishi kerak bulgan «ideal imidj» aniqlanadi. Natijada, xaqiqiy va ideal imidj bir biri bilan qiyoslanib, ularni yaqinlashtirish strategiyasi ishlab chiqiladi. Shuni alodida ta'kidlash mumkinki, ideal obraz - dinamik stereotipdir. Bu bosdichda shakllantirilgan obraz, albatta, vaqt tomonidan sinalishi kerak.

□ «Ideal imidj» va «qulay xududlan»ni qiyoslash. Aynan ushbu bosqichda shakllanayotgan imidjning «shaxsiy qulay xudud»da joylashganligini aniqlash, o'ta dolzarb muammo sanaladi. Agar qandaydir sabablarga ko'ra, raxbar intilayotgan imidj, uning ichki dunyosiga mos kelmasa, unda ichki qarama-qarshilik mexanizm ishga tushadi. Shu bois, shaxsiy o'zgarishlar strategiyasi ishlab chiqilayotgan bir paytda raxbarning individual-tipologik xususiyatlariga aloxida e'tiborni qaratish lozim.

□ Maqsadga erishish yo'llarini aniqlash. Bu bosqichda natijalar nazorati, ya'ni raxbar imidjini shakllantirish dasturini ishlab chikish jarayonida anik; vaqt va moliyaviy «chegaralan»ni aniqlashtirib olish muxim xisoblanadi. Natijalarni baxolash uchun ma'lumotlar, avvalo, yaxshi munosabatda bo'lgan yakin doiradagi «fokus gurux»dan olinishi kerak. Ba'zan vaziyatdan kelib chikib, kim uchundir xamkasblar yaxshi «fokus gurux» bo'lib xisoblansa, kim uchundir ish buyicha xamkorlar, kimgadir - professional psixolog xizmat kilishi mumkin.

□ OAV bilan munosabatga tayyorlanish. Fanda ushbu bosqichni amalga oshirish chora-tadbirlari uchun eng ko'p baxstalab fikr-muloxazalar berilgan. Jumladan, raxbarning individual-tipologik xususiyatlariga qarab xar xil metodikalardan foydalaniladi. Masalan, dostonlar yaratilishi, zarur xollarda

namuna sifatida «da'vogar»ning shaxsiy xayotdan u yoki bu aspektlarni xam ochib ko'rsatish mumkin.

□ Katta kommunikativ kenglikka chiqish. OAVlari bilan keng miqyosdagi aloqalar o'rnatish barobarida, raxbar informatsion marafonga to'lik tayyor xisoblanadi. Shu bois xam, «ichkaridan pishgan», individual xususiyatlarni xisobga olgan imidj, xatto «bo'ronli xolat»da xam turib bera oladi. Bunday xollarda, allakachon, raxbarning saloxiyatiga aylangan imidj kutilmagan muvaffakiyatsizliklarda sinmaydi.

□ Natijalarni tekshirish va yangi o'zgarishlar kiritish kerakligini anglash. Xayot bir joyda muim turmaydi va xatgo eng ijobiy imidj xam vakti kelib o'zgarishlarni xamda zaruriy talablarga kayta moslashishlarni (korreksiya) talab kilishi mumkin. Bunday vaziyatlarda esa, kognitiv psixologiyaga asoslangan xolda, xakikiy professional psixolog raxbar (yoki yangi lavozimga da'vogar)ga o'zini-o'zi shakllantirish va talablarga moslashtirish uslublarini xam urgatishi kerak bo'ladi. Shu bois, xozirgi bozor iktisodiyoti sharoitida lavozimga da'vogar (raxbar) imidjini shakllantirishda kelajakdagi o'zgarishlarga extiyoj sezilib, jamiyatda ijtimoiy-madaniy Uzgarishlar boskichi boshlanmovda. Yangi zamonaviy raxbarning imidji - bu san'atni kadrlovchi, «soglom yashash tarzi»ni targib kiluvchi, oilaparvarlik, vatanparvarlik tuygulariga ega xamda «ommaviy» ma'lumot soxibi demakdir. Imidj nafakat «omma fikri»ga mos kelishi, balki bu fikrni shakllantirishi xam kerak.

Yuqorida keltirilgan fikr-mulohazalardan shunday xulosa qilish mumkinki, imidj yaratish strategiyasini yaxlit xoldagi ijtimoiy-psixologik dinamik jarayon sifatida tasavvur qilish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. A.Yu Panyasyu "k Vam nujen imidjmeyker?" - M.: Delo, 2001. - S. 44.
2. A.A Bodalev. "Formirovanie ponyatiya o drugom cheloveke kak lichnosti". - M.: 1970.
3. A.A Bodalev. "ospriyatie i ponimanie chelovekom cheloveka" - M.: 1982.
4. Oboeov H.H. O tryoxkomponengnoy strukture mejlichnostnogo vzaimodeystviya // Psixologiya mejlichnostnogo poznaniya. - M.: 1981.
5. Ye.Sh Manyaknya. "Poliggicheskiy lider: protsess formirovaniya imidja» Dis. ... kand. polit, n a u k -M .: 1994.- S . 77.
6. Ye.V Grishunina. "Psixologicheskie texnologii kak sredstvo formirovaniya imidja organizatsii". D i s.... kand. psix, nauk - M.: 1995. - S. 189.