

**SIYOSIY MASLAHATCHI - JAMOATCHILIK BILAN ALOQA
TEKNOLOGIYALARINI SHAKLLANTIRISHNING ASOSIY SUB’EKTI**

Dexkanov Narimon Burxonjonovich
Namangan davlat universiteti
Tarix kafedrası professori
E-mail: narimon-b@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21155405>

Annotatsiya: Maqolada siyosiy maslahatchining jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarini shakllantirishdagi yetakchi roli tarixiy va nazariy nuqtai nazardan yoritiladi. Muallif siyosiy maslahatchilik kasbining shakllanish bosqichlarini ko’rib chiqadi, uning siyosiy kommunikatsiya tizimidagi o’rnini belgilaydi hamda maslahatchi bajaradigan asosiy rollarni - tahlilchi, strateg, vositachi va imijmeyker rollarini - ochib beradi. Ishda siyosiy maslahatchining sub’ektlilik mavqeyi, ya’ni texnologiyalarni nafaqat qo’llovchi, balki yaratuvchi va boshqaruvchi shaxs sifatidagi ahamiyati asoslanadi. Maqola xulosasida zamonaviy sharoitda maslahatchi faoliyatining axloqiy va huquqiy chegaralari masalasiga e’tibor qaratiladi.

Kalit so’zlar: siyosiy maslahatchi, jamoatchilik bilan aloqa, siyosiy kommunikatsiya, saylov kampaniyasi, jamoatchilik fikri, siyosiy imij, vositachilik, siyosiy konsalting, axborot jamiyati, demokratiya.

Аннотация: В статье с исторической и теоретической точек зрения раскрывается ведущая роль политического консультанта в формировании технологий связей с общественностью. Автор рассматривает этапы становления профессии, её место в системе политической коммуникации и основные роли консультанта - аналитика, стратега, посредника и имиджмейкера. Обосновывается субъектная позиция консультанта как создателя и управляющего технологиями.

Ключевые слова: политический консультант, связи с общественностью, политическая коммуникация, избирательная кампания, общественное мнение, политический имидж, посредничество, политический консалтинг, информационное общество, демократия.

Abstract: The article reveals, from a historical and theoretical perspective, the leading role of the political consultant in shaping public relations technologies. The author examines the stages of formation of the consulting profession, defines its place within the system of political communication, and discloses the main roles performed by the consultant - analyst, strategist, mediator and image-maker. The work substantiates the consultant’s subject position, that is, their significance as a person who not only applies technologies but also creates and manages them. The conclusion focuses on the ethical and legal limits of the consultant’s activity in modern conditions.

Keywords: political consultant, public relations, political communication, election campaign, public opinion, political image, mediation, political consulting, information society, democracy.

Jamiyat hayotida siyosat va jamoatchilik o’rtasidagi muloqot hech qachon o’z-o’zidan, tasodifiy tarzda kechmaydi. Bu muloqot ortida har doim uni ongli ravishda tashkil etuvchi, yo’naltiruvchi va boshqaruvchi kuch turadi. Zamonaviy siyosiy hayotda ana shunday kuch - siyosiy maslahatchidir. U siyosiy sub’ekt bilan jamoatchilik o’rtasidagi axborot ko’prigini quradi va shu ma’noda jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarini shakllantirishning markaziy figurasiga aylanadi.

Axborot jamiyati sharoitida jamoatchilik fikri siyosiy hokimiyatning eng muhim resurslaridan biriga aylandi. Kim jamoatchilik fikrini shakllantira olsa, o’sha siyosiy maydonda ustunlikka erishadi. Biroq jamoatchilik fikri murakkab va o’zgaruvchan hodisa bo’lib, unga ta’sir o’tkazish maxsus bilim, malaka va texnologiyalarni talab qiladi. Aynan shu zaruriyat siyosiy maslahatchi kasbini hayotga olib keldi va uning ahamiyatini yildan-yilga oshirib bormoqda.

Ushbu maqolaning maqsadi siyosiy maslahatchining nima uchun aynan asosiy sub’ekt deb tan olinishi kerakligini ko’rsatish, uning kasbiy roli, vazifalari va mas’uliyatini ochib berishdir. Mavzuning ilmiy yangiligi shundaki, ko’pgina tadqiqotlarda jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarining o’zi tahlil qilinadi, biroq bu texnologiyalarni yaratuvchi va boshqaruvchi shaxsning roli ikkinchi darajali masala sifatida qoldiriladi. Ushbu ishda esa aynan sub’ekt - siyosiy maslahatchi tahlil markaziga qo’yiladi.

Siyosiy maslahatchilik mustaqil kasb sifatida XX asrning birinchi yarmida, ommaviy axborot vositalari va saylov kurashining rivojlanishi bilan birga vujudga kelgan. Dastlab nomzodlarga maslahat beruvchi yakka shaxslar - ko’pincha jurnalistlar, advokatlar yoki tajribali siyosatchilar - paydo bo’lgan bo’lsa, keyinchalik bu faoliyat butun bir sanoatga, ya’ni siyosiy konsaltingga aylandi. Maxsus agentliklar, tahliliy markazlar va PR-kompaniyalar tashkil topdi.

Texnologik taraqqiyot bu kasbning rivojlanishiga bevosita ta’sir ko’rsatdi. Radioning paydo bo’lishi siyosiy yetakchiga ovozi orqali keng auditoriyaga murojaat qilish imkonini berdi. Televideniyeining kirib kelishi esa siyosiy imij tushunchasini butunlay o’zgartirdi: endi nomzodning tashqi ko’rinishi, yuz ifodasi, gapirish uslubi va xatti-harakatlari ham hal qiluvchi ahamiyat kasb eta boshladi. Internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi bilan maslahatchi faoliyati yana bir bosqichga ko’tarildi - endi kommunikatsiya bir tomonlama emas, balki interaktiv, ya’ni jamoatchilik bilan ikki tomonlama bo’lib qoldi.

Bu tarixiy taraqqiyot shuni ko’rsatadiki, siyosiy maslahatchi vaqt o’tishi bilan oddiy “maslahat beruvchi” maqomidan butun kommunikativ kompaniyani loyihalovchi va boshqaruvchi professional maqomiga ko’tarilgan. Har bir yangi texnologiya unga yangi imkoniyatlar bilan birga yangi mas’uliyatlarni ham yukladi. Aynan shu evolyutsiya uning sub’ektlilik mavqeyini bosqichma-bosqich mustahkamladi va uni siyosiy jarayonning ajralmas qismiga aylantirdi.

Siyosiy kommunikatsiya tizimi an’anaviy ravishda uchta asosiy bo’g’indan iborat deb qaraladi: axborot manbai (siyosiy sub’ekt - nomzod, partiya yoki institut), uzatish kanali (ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa vositalar) hamda qabul qiluvchi (jamoatchilik, saylovchilar). Bu chiziqli sxema kommunikatsiyaning umumiy mantig’ini ko’rsatadi, biroq u muhim bir bo’g’inini - jarayonni loyihalovchi va boshqaruvchi kuchni e’tibordan chetda qoldiradi.

Siyosiy maslahatchi bu tizimning hech bir alohida bo’g’iniga to’liq tegishli emas. U axborot manbaining o’zi ham, kanal ham, qabul qiluvchi ham emas - u butun tizimni yuqoridan turib loyihalaydi va muvofiqlashtiradi. Maslahatchi xabar qanday shakllantirilishi, qaysi kanal orqali, qaysi auditoriyaga, qaysi vaqtda va qanday shaklda yetkazilishi kerakligini belgilaydi. U auditoriyaning javob reaksiyasini kuzatadi va shunga qarab keyingi harakatlarni tuzatadi.

Shuning uchun maslahatchini tizimning oddiy ishtirokchisi emas, balki uni boshqaruvchi sub’ekt sifatida tushunmoq lozim. Texnologiyalar - jamoatchilik fikrini o’rganish so’rovnomalari, siyosiy reklama, ommaviy axborot vositalari bilan ishlash, ijtimoiy tarmoqlardagi targ’ibot, jamoat tadbirlari - bularning barchasi maslahatchi qo’lidagi vositalardir. Ammo bu vositalarning o’zi maqsadsiz va yo’nalishsiz hech narsa bermaydi; ularga ma’no, maqsad va izchillik beradigan kuch aynan maslahatchining o’zidir. Shu ma’noda u dirijyorga o’xshaydi: har bir cholg’u o’z ovozigaga ega, biroq ularni yagona ohangga birlashtiruvchi dirijyor bo’lmasa, musiqa vujudga kelmaydi.

Siyosiy maslahatchi faoliyatini chuqurroq tushunish uchun u bajaradigan asosiy rollarni alohida ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq. Bu rollar bir vaqtning o‘zida, bir shaxsda birlashadi va ularning uyg‘unligi maslahatchining professional mahoratini belgilaydi.

Birinchi rol - tahlilchi roli. Maslahatchi jamoatchilik fikrini ilmiy usullar bilan o‘rganadi, ijtimoiy kayfiyatni, aholining muammolari va kutilmalarini aniqlaydi, raqiblar faoliyatini va umumiy siyosiy vaziyatni baholaydi. Bu rol butun ishning poydevorini tashkil etadi, chunki noto‘g‘ri tahlil asosida qurilgan har qanday strategiya muvaffaqiyatsizlikka mahkum bo‘ladi. Tahlilchi sifatida maslahatchi sotsiologik so‘rovlar, fokus-guruhlar va statistik ma’lumotlarga tayanadi.

Ikkinchi rol - strateg roli. To‘plangan ma’lumotlar asosida maslahatchi kommunikativ maqsadlarni belgilaydi, ularga erishishning bosqichma-bosqich rejasini tuzadi, resurslarni taqsimlaydi va asosiy xabarni - kampaniyaning markaziy g‘oyasini - shakllantiradi. Strateg sifatida u alohida tadbirlar bilan emas, balki butun jarayonning yaxlit mantig‘i bilan ishlaydi, har bir qadamni umumiy maqsadga bo‘ysundiradi.

Uchinchi rol - vositachi roli. Maslahatchi siyosiy sub’ekt bilan jamoatchilik o‘rtasida o‘zaro tushunishni ta’minlaydi. U murakkab siyosiy g‘oyalarni jamoatchilik tushunadigan oddiy va aniq tilga “tarjima” qiladi, ayni paytda jamoatchilik ehtiyojlari va kayfiyatini siyosiy sub’ektga yetkazadi. Bu ikki tomonlama vositachilik sog‘lom muloqotning asosini tashkil etadi.

To‘rtinchi rol - imijmeyker roli. Maslahatchi siyosiy sub’ektning jamoatchilik ongidagi obrazini, ya’ni imijini maqsadli tarzda shakllantiradi. Imij - bu sun’iy niqob emas, balki siyosatchining real fazilatlarini jamoatchilik uchun tushunarli va jozibali shaklda taqdim etishdir. Bu rollarning barchasi bir shaxsda birlashishi siyosiy maslahatchini ko‘p qirrali va murakkab kasb egasiga aylantiradi hamda undan keng qamrovli bilim va malakani talab qiladi.

Siyosiy maslahatchining asosiy sub’ekt sifatidagi mavqeyi puxta mantiqqa asoslanadi. Jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalari o‘z mohiyatiga ko‘ra neytral vositalardir; ularning yo‘nalishi, samaradorligi va natijasi ularni qo‘llaydigan shaxsga bog‘liq. Bir xil texnologiya - masalan, ijtimoiy tarmoqlardagi kampaniya yoki teledebat - bir maslahatchi qo‘lida katta muvaffaqiyat keltirsa, boshqasi qo‘lida kutilgan natijani bermasligi, hatto teskari ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Bu farqning sababi texnologiyaning o‘zida emas, balki uni boshqaradigan sub’ektning malakasi, tafakkur tarzi, vaziyatni his qilishi va qaror qabul qilish qobiliyatida yotadi. Aynan maslahatchi qaysi texnologiyani, qachon va qanday tarzda qo‘llashni hal qiladi; aynan u alohida vositalarni yagona, izchil va maqsadga yo‘naltirilgan tizimga birlashtiradi. Texnologiya - bu asbob, maslahatchi esa - shu asbobni mohirona ishlatuvchi usta.

Aynan shu sababli jamoatchilik bilan aloqa jarayonini sub’ektsiz, ya’ni faqat texnologiyalar majmui sifatida tahlil qilish yetarli emas va hatto chalg‘ituvchi bo‘lishi mumkin. Jarayonni to‘liq tushunish uchun uning markazida turgan siyosiy maslahatchini - uning maqsadlari, qadriyatlarini, malakasi va mas’uliyatini - hisobga olish zarur. Sub’ektni e’tibordan chetda qoldirish texnologiyalarning real ijtimoiy ta’sirini noto‘g‘ri baholashga olib keladi.

Siyosiy maslahatchi jamoatchilik fikriga ta’sir o‘tkazishning kuchli vositalariga ega bo‘lganligi sababli, uning faoliyati doimo jiddiy axloqiy savollar bilan bog‘liq. Jamoatchilik fikrini halol shakllantirish bilan uni manipulyatsiya qilish o‘rtasidagi chegara ko‘pincha nozik va aniq emas. Bir tomondan, maslahatchi o‘z mijozining manfaatlarini himoya qilishi

kerak; ikkinchi tomondan, u jamiyat va demokratik jarayonlar oldida ham mas’uliyat his etishi lozim.

Dezinformatsiya, soxta va’dalar, raqiblarga qarshi qora targ’ibot, jamoatchilik qo’rquvi va his-tuyg’ularidan suiiste’mol qilish kabi usullar qisqa muddatda foyda keltirgandek tuyulishi mumkin. Biroq uzoq muddatda bunday usullar jamoatchilik ishonchini yo’qotishga, siyosiy tizimga bo’lgan e’tiqodning susayishiga va demokratik institutlarga zarar yetkazishga olib keladi. Tarix shuni ko’rsatadiki, manipulyatsiyaga asoslangan kampaniyalar oxir-oqibat o’z mualliflariga ham teskari ta’sir ko’rsatadi.

Shu bois zamonaviy siyosiy maslahatchidan nafaqat yuqori kasbiy malaka, balki mustahkam axloqiy mas’uliyat ham talab qilinadi. Uning faoliyati huquqiy doiralarda, halollik, shaffoflik va jamiyat manfaatlarini hisobga olish tamoyillariga rioya qilingan holda amalga oshirilishi kerak. Ko’plab mamlakatlarda PR va siyosiy konsalting sohasida kasbiy etika kodekslari qabul qilingan bo’lib, ular maslahatchi faoliyatining ma’naviy chegaralarini belgilab beradi. Aynan shunday mas’uliyatli yondashuv jamiyat manfaatlariga mos keladigan sog’lom siyosiy kommunikatsiyani ta’minlaydi.

Yuqorida bayon etilgan tahlil siyosiy maslahatchi jamoatchilik bilan aloqa texnologiyalarini shakllantirishning asosiy sub’ekti ekanligini ishonchli tarzda ko’rsatadi. U siyosiy kommunikatsiya tizimini yuqoridan turib loyihalaydi, unda tahlilchi, strateg, vositachi va imijmeyker rollarini o’zida birlashtiradi hamda neytral texnologiyalarga maqsad, mazmun va yo’nalish beradi. Maslahatchi texnologiyaning passiv ijrochisi emas, balki uning faol yaratuvchisi, boshqaruvchisi va harakatlantiruvchi kuchidir.

Shu bilan birga, maslahatchi faoliyatining kuchi uning mas’uliyatini ham bevosita oshiradi. Demokratik jamiyatda siyosiy maslahatchining vazifasi jamoatchilikni chalg’itish yoki manipulyatsiya qilish emas, balki ochiq, halol va o’zaro ishonchga asoslangan muloqotni qaror toptirishdir. Faqat shunday yondashuv orqaligina siyosiy kommunikatsiya jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi.

Kelgusi tadqiqotlarda siyosiy maslahatchi faoliyatining milliy va madaniy o’ziga xosliklarini, raqamli texnologiyalar va sun’iy intellektning bu kasbga ta’sirini hamda kasbiy etikani huquqiy jihatdan tartibga solish masalalarini chuqurroq o’rganish dolzarb va istiqbolli yo’nalish bo’lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. Dekhkanov, N. B. (2019). Formation of public authority-strategic base of providing the stable development of the society. In *Global science. Development and novelty* (pp. 55-57).
2. Karimov I. A. Siyosiy kommunikatsiya va jamoatchilik bilan aloqa asoslari. – Toshkent: “Fan” nashriyoti, 2020. - B. 188.
3. Kadirov, A., & Dehkano, N. (2020). The role of Pr in the democratization of post-soviet society. *Journal of Advanced Research In Dynamical and Control Systems*, 12(6), 1108-1111.
4. Дехканов, Н. Б. (2019). Стратегия действий-теоретическая основа развития взаимодействия народа и власти, личности и государства. *Тенденции развития науки и образования*, (55-11), 5-8.
5. Дехканов, Н. Б. (2010). Реформации в структуре местных властей в Узбекистане. *Молодой ученый*, (10), 75-77.
6. Дехканов, Н. Б. (2010). Территориально-политическая классификация Узбекистана. *Молодой ученый*, (10), 201-203.