

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ С ПОМОЩЬЮ ИМИДЖЕОЛОГИИ: ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЛИДЕРОВ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ВОПРОСЫ ОБРАЗОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Университет мировой экономики и дипломатии Магистрант факультета прикладной
политологии

Махкамова Рано Анвар қизи

Научный руководитель: **Султанова Эътибор Сидиковна**

Доктор политических наук, профессор

Аннотация: Манипуляция, в частности политическая манипуляция, является высшим типом воздействия на массовое сознание, активно используемый в странах Центральной Азии, да и во мире вообще. Имиджеология занимает особое место в данном процессе, ибо является новообразованием, выполнившим функцию рубежа между PR, психологией и семиотикой тела и формировавшим, закрепившим и транслирующим образ политического лидера. Имиджеология является основополагающим источником политической легитимизации и стабильности власти, преимущественно в условиях авторитарного или полуавторитарного режима, где информационное пространство оккупировано до мелочей.

Ключевые слова: Манипуляция, Центральная Азия, имиджеология, политический имидж, информационное пространство, политический лидер.

ВВЕДЕНИЕ

Манипуляция, в частности политическая манипуляция является мощнейшим оружием воздействия на массовое сознание активно используется в странах Центральной Азии, да и во все мире. И особое значение в этом процессе занимает имиджеология, которая произошла на стыке таких направлений, как PR, психологии и семиотики, которая формирует, укрепляет и транслирует определенный образ политического лидера. Имиджеология является ключевым инструментом политической стабилизации и легитимации власти, в основном в условиях авторитарных или полуавторитарных режимов, где информационное пространство строго под контролем.

Термин «манипуляция» означает использование психологических навыков путем эмоционального давления, ложных обещаний для достижения своих определенных целей. Имиджеология - это универсальная теоретическая и прикладная дисциплина, изучающая психологические закономерности возникновения положительного впечатления и доверительного, доброжелательного отношения между взаимодействующими субъектами. Взаимосвязь между двумя терминами ярко проявляется в политике. Так как имиджеология является основой манипуляции, путем создания и формирования визуального, речевого, смыслового образа (имиджа) политического лидера или игрока для позитивного или негативного восприятия целевой аудитории.

Манипуляция часто использует имиджеологические технологии:

- **Создание «героя» или «врага»** — приёмы имиджеологии формируют определённый архетип, вызывающий доверие/страх/отторжение.

- **Стереотипизация** — использование массовых установок для внедрения нужного образа.
- **Работа с эмоциями** — через образы, метафоры, символы происходит не логическое, а эмоциональное воздействие.

Политическая манипуляция трактуется как скрытое воздействие на общественное сознание с целью формирования выгодного политического поведения, при котором субъект воздействия сохраняет иллюзию самостоятельности (С. Кара-Мурза, 2000). В политических системах с ограниченным плюрализмом, как в большинстве стран Центральной Азии, манипуляция часто подменяет собой полноценный политический диалог. Имиджеология в этом контексте представляет собой систематическую деятельность по формированию благоприятного образа политического лидера, способного вызывать доверие, легитимность и эмоциональную лояльность (И. Панарин, Е. Прохоров). Имидж — не отражение реальности, а сконструированная модель, насыщенная символами и эмоциональными триггерами, которые легко воспринимаются массовой аудиторией. В рамках символической политики (М. Эдельман, 1985), политический лидер превращается в носителя архетипов: отца, защитника, продолжателя традиций. Этот подход тесно связан с работами Б. Андерсона о воображаемых сообществах и А. Грамши — о гегемонии как установлении власти через культуру и образы. Особенно важную роль в Центральной Азии играют неопатримониальные модели лидерства (Л. Ватковская, М. Олкотт), сочетающие элементы традиционной власти (патернализм, культ личности) с современными средствами PR и медийной визуализации. В странах региона наблюдается тенденция к героизации действующих и бывших президентов. Далее мы рассмотрим политический имидж действующих и бывших президентов Центральной Азии.

Политический имидж и образ первого президента Узбекистана Ислама Каримова

Политический имидж Ислама Каримова, первого президента Узбекистана, формировался в контексте постсоветских изменений. Его представляли как гаранта независимости и стабильности. Эти идеи активно транслировались через СМИ и образовательные программы.

Политический имидж и образ действующего президента Узбекистана Шавката Мирзиёева.

Политический образ президента Узбекистана Шавката Мирзиёева начал меняться с его прихода к власти в 2016 году. Это потребовало нового взгляда на то, как его воспринимают. В отличие от статичного образа Ислама Каримова, имидж Мирзиёева сфокусирован на изменениях, открытости к реформам и близости к людям. Это часть общей идеи обновления в политике страны. С точки зрения имиджеологии, Мирзиёев выглядит как новый тип лидера: не культовая фигура, а «работающий президент», который действительно занимается реальными изменениями. Тем не менее, несмотря на все обновления, его образ продолжает использовать манипулятивные методики, чтобы формировать эмоциональную связь с людьми и создать определенное восприятие его личности.

Политический имидж Нурсултана Назарбаева: культ Лидера нации и инструмент легитимации

Политический имидж Нурсултана Назарбаева складывался на фоне постсоветского Казахстана, где власть сосредоточилась в руках одного человека. С начала своего правления Назарбаев активно создавал образ «отца нации», который был объединителем,

модернизатором и символом стабильности. Этот имидж стал важной частью политической культуры Казахстана и использовался для укрепления его власти в условиях, когда другие институты были слабы.

Политический имидж Касым-Жомарта Токаева: между технократизмом и контролируемым обновлением

Политический имидж Касым-Жомарта Токаева формируется в условиях постназарбаевского транзита и характеризуется попыткой балансировать между **преемственностью и обновлением**, а также между **реальной реформаторской риторикой** и сохранением ключевых элементов авторитарной системы. На раннем этапе своего президентства Токаев представлялся как **технократ и дипломат** — фигура переходного характера, но постепенно его имидж приобретал всё более самостоятельные и стратегически выверенные черты.

Политический имидж Эмомали Рахмона: сакрализация власти и постконфликтная легитимация

Политический имидж Эмомали Рахмона, президента Таджикистана с 1994 года, формировался в условиях **глубокого политического кризиса и гражданской войны (1992–1997)**, что предопределило ключевую роль образа лидера как **спасителя и миротворца**. С тех пор он целенаправленно укреплял свою легитимность через **символическую политику, идеологизацию образа и манипулятивные практики имиджеологического влияния**.

Политический имидж Садыра Жапарова: национал-популизм в условиях политической нестабильности

Садыр Жапаров стал президентом Кыргызстана в 2021 году после резкой смены власти, сопровождавшейся массовыми протестами и уходом предыдущего лидера. Его стремительный подъем из тюрьмы на вершину власти стал основой для **формирования уникального имиджа «народного избранника»**, восставшего против системы. Этот образ активно используется как инструмент **политической манипуляции и имиджеологической мобилизации**. Политический имидж Садыра Жапарова — это гибридный вариант **популистской харизмы и патриотического авторитаризма**, встроенный в нестабильный и фрагментированный политический контекст Кыргызстана. Он одновременно обещает реформы и усиливает контроль, позиционируется как антиэлитарий, но формирует свою вертикаль власти. Имиджеология в его случае служит инструментом **легитимации резкого политического подъёма**, а также **манипуляции ожиданиями общества**, уставшего от политического хаоса и коррупции.

В заключении стоит отметить, что имиджеология является важным инструментом в политических процессах и играет ключевую роль в формировании имиджа политических лидеров не только Центральной Азии, но во всем мире. На сегодняшний день, особое внимание уделяется тому, как с помощью СМИ, пиар – технологий формируется образ лидеров. Также важно отметить, что они чаще не повторяют имидж бывших лидеров. Имидж лидеров в Центральной Азии создается с акцентом на национальные, культурные традиции и аспекты, что помогает укрепить связь с населением. Но также значимую роль играют коммуникационные инструменты для формирования положительного образа лидера. Но эффективность имиджеологии зависит и от навыков населения восприятия информации и ее фильтрации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Цит. по: Шашлов М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии. М.: МАКС Пресс, 2001. С. 84.
2. Доценко Е.Л. Манипуляция: феномен, механизм, защита. Феноменологическое описание. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://business.polbu.ru/dotsenko_manipul/chO1_ji.htm/
3. Ольшанский Д.В. Политический PR. — СПб.: Питер, 2003. С.347.
4. Ихсангалиева Г.К. Языковые механизмы формирования имиджа Казахстана. Алматы: Қазақ университеті, 2010.
5. Бокиева Л.Ф. Методы воздействия СМИ Таджикистана на массовую аудиторию // Вестник университета. – Душанбе: РТСУ, 2014. – №2 (45). – С. 246251.