



IJTIMOIIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI



VOL.3 № 3

2026

RAHBAR VA XODIMLAR IMIJIGA QO'YILADIGAN ZAMONAVIY YONDASHUVLAR

Karimova Madinabonu Baxromjon qizi

Toshkent viloyati pedagogik mahorat markazi, katta o'qituvchi

Annotatsiya

Ushbu maqolada zamonaviy rahbar va pedagog xodimlar imidjini shakllantirishning psixologik va ijtimoiy jihatlarini tahlil qilingan. Muallif rahbarning yoshi, tajribasi va zamonaviy texnologiyalarni egallaganlik darajasi boshqaruv samaradorligiga qanday ta'sir ko'rsatishini Yaponiya va AQSh tajribasi misolida ko'rib chiqadi. Shuningdek, maqolada rahbar imidjining tarkibiy qismlari, jumladan, tashqi ko'rinish, muloqot madaniyati, aqliy salohiyat va boshqaruv uslublarining o'ziga xos xususiyatlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: rahbar imidji, boshqaruv mahorati, intellektual salohiyat, rahbarlik uslubi, kompetentlik, verbal va nonverbal muloqot, pedagog imidji, ijtimoiy intellekt.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ И СОТРУДНИКОВ

Каримова Мадинабону Бахромжон кизи

Центр педагогического мастерства Ташкентской области, старший преподаватель

Аннотация

В статье анализируются психологические и социальные аспекты формирования имиджа современного руководителя и педагогических работников. Автор рассматривает влияние возраста, опыта и уровня владения современными технологиями руководителя на эффективность управления на примере опыта Японии и США. Также раскрываются структурные компоненты имиджа руководителя, включая внешний вид, культуру общения, интеллектуальный потенциал и особенности управленческого стиля.

Ключевые слова: имидж руководителя, управленческое мастерство, интеллектуальный потенциал, стиль руководства, компетентность, вербальная и невербальная коммуникация, педагогический имидж, социальный интеллект.

MODERN APPROACHES TO THE IMAGE OF MANAGERS AND EMPLOYEES

Karimova Madinabonu Baxromjon qizi

Tashkent Region Pedagogical Mastery Center, Senior Lecturer

Abstract

This article analyzes the psychological and social aspects of forming the image of modern managers and pedagogical staff. The author examines how a leader's age, experience, and level of mastery of modern technologies influence management effectiveness, using the examples of Japan and the United States. The article also highlights the structural components of a leader's image, including appearance, communication culture, intellectual potential, and specific features of management styles.

Keywords: leader image, management skills, intellectual potential, leadership style, competence, verbal and nonverbal communication, pedagogical image, social intelligence.

Mamlakatimiz iqtisodiyoti jadal sur'atlar bilan o'sayotgan bir vaqtda, erkin raqobat va

aholining turmush farovonligini ta'minlashda, tashkilot va korxonalarda boshqaruv faoliyatini samarali tashkil qilishda rahbarlik mahorati muhim ahamiyatga ega. Rahbar keng dunyoqarashga va tashkilotlardagi ichki o'zaro aloqalarni va tashqi muhit bilan oxirgi o'zaro ta'siri masalalari bo'yicha fikrlash tizimiga ega bo'lishi kerak. U yuqori umuminsoniy sifatlarga va psixologik qobiliyatlarga, aqlli va ongli riskka borishni bilishi kerak.

Boshqaruv faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirishning rahbar yoshiga bog'liqligi rivojlangan mamlakatlar tadqiqotlariga asoslanadi. Aniqlanishicha, Yaponiya qayta ishlab chiqarish yirik kompaniyalari rahbarlarining o'rtacha yoshi 63,5 bo'lsa, shu toifa amerikalik rahbarlarning yoshi 59 da ekan. Yaponiya yirik kompaniya rahbarlarini o'rganishda uchraydigan va taajjublanarli jihatlardan biri, ularning yoshi ulug'ligidir. Ba'zi bir tashkilotlarda (masalan, «Sony Corporation») kompaniya prezidentining yoshi 65 deb cheklangan bo'lsada, lekin ko'pgina avtomobil sohasidagi firma rahbarlarining yoshi 75 va undan yuqoriligi ajablanarli hol emas. Umuman olganda, Yaponiyada xodimning korxonaga bir umr yollanish tajribasi qo'llanadi. Ma'lum bo'lishicha, yuqori bo'g'in rahbarlarining ko'pchiligi o'z tashkilotida 30 yildan ortiq ishlaydi. Bu sohada o'tkazilgan tadqiqotlar shundan dalolat beradiki, katta yoshli rahbarlar, agar ularning sog'ligi ko'ngildagiday bo'lsa, ushbu tashkilot uchun katta tajriba manbaidir. Rahbarning ulug'yoshi haqida gapirar ekanmiz, nafaqat uning biologik jihati, balki, ijtimoiy tomoni, hayotiy tajribasini ham nazarda tutishimiz darkor. Zero, «Qari bilganni pari bilmas», deb xalqimiz bejiz aytishmagan. Biroq, ishlab chiqarishga zamonaviy texnologiyaning kirib kelishi, ularni o'zlashtirishda ma'lum mahoratni talab qiladi. Baxtga qarshi, hozirgacha kompyuterda ishlashni o'rganolmayotgan katta yoshli rahbarlarni uchratish qiyin emas. Shu jihatdan olganda, yosh rahbar ko'pincha tashkilotga ilg'or texnologiya va tezkorlik olib kiruvchi omil sifatida qabul qilinadi [4].

Yosh rahbar boshqaradigan tashkilotdagi xodimlarning o'rtacha yosh ko'rsatkichi ko'pincha past bo'ladi. Yoshlik (30-35 yosh atrofida) bu yangilik va kashfiyotlarga moyillik, ijodiylik, qo'rqmaslik va o'zguruvchan muhitga moslashuvchanlik bilan ifodalanadi. Afsuski, bunday tashkilotda katta yoshdagi (40-45 dan yuqori) xodimlarga, hatto, shubha bilan qarashadi. Lekin, aniqlanishicha, inson 35-55 yoshlarida o'z kasbining mohir ustasiga aylanadi, o'z sohasidagi bilimni yaxshi egallaydi va ixtirolarni joriy etishga o'zida ishtiyoq sezadi. Shu bilan birga, unda vaziyatni sovuqqonlik bilan tahlil etish, vazminlik kayfiyati shakllanadi [4].

Albatta, hamma yosh rahbar ilg'or texnologiya tarafdori va shunga moyil deb aytish qiyin, lekin yoshlarga zamonaviylik xos. Bu esa o'z navbatida, yosh rahbarning zamonaviy va ilg'or ishlab chiqarish uslublariga murojaat etish ehtimolini kuchaytiradi. Xalqimizda, yoshi katta bo'lsa ham ko'ngli yosh degan ibora bor. Demak, zamonaviy rahbar yoshidan qat'i nazar ilg'or texnologiyalar tarafdori, tashkilot miqyosida zamonaviy ishlab chiqarishni joriy etishga qobiliyatli bo'lishi lozim. Bu esa davr talabidir.

Yana bir muhim jihat, rahbar imidji qanday bo'lishi kerak? Avvalo, imidj atamasiga e'tibor qaratamiz. Imidj – (ing. imij – 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. Zamonaviy rahbar imidjini yaratish – bu uning yuzi, kiyinishi, qalbi, sog'lom fikri, muomala madaniyati, boshqaruvchilik san'atini mukammal egallaganligi, kompetentlik: bilimi, tafakkuri, kasbiy mahorati, farosati, kamtar, xushmuomalalik kabi insoniy fazilatlarini, go'zallik, axloqiylik, o'git va ibrat, ustoz va shogird an'alariga tayangan holda insonning nufuzini ko'tarish, obro'yini oshirish, hurmatga sazovor bo'lishidir.

Boshqaruv tizimida rahbar xodimning faoliyati muhim o'rin egallaydi. Bu esa, o'z tavsifi bo'yicha siyosiy va mumtoz faoliyatdir. Rahbar xodim davlat ko'rsatmalarini ro'yobga chiqaradi, u xo'jalik tizimida davlatning vakili hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, haqiqiy rahbar xodim Ushbu jamoaning ilg'or kishisi bo'lib, u o'z korxona va tashkilotining foydasini ko'zlovchi va korxona sha'nini himoya qiluvchi shaxsdir.

Hozirgi paytda respublikamizda bozor munosabatlariga o'tish jarayoni davom etmoqda. Yangi asr boshida ijtimoiy islohotlar amalga oshirilmoqda. Jamiyat ma'naviy yuksalish va yangilanish sari bormoqda. Boshqaruvning chinakam, sharqona, ilmiy nazariyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish uchun ko'plab izlanishlar olib borilmoqda. IMIJ (ing. image, lot. imago — timsol, ko'rinish) — shaxs, hodisa, narsani ommalashtirish, reklama qilish va h. k. maqsadlarda odamlarga hissiy-ruhiy ta'sir ko'rsatishni ko'zlab shakllantiriladigan qiyofasi; targ'ib qilish vositalaridan biri. Imij so'zi bizning tilga kirib kelganiga uncha ko'p bo'lgani yo'q, va uning ma'nosi, deyarli "obraz" — u yoki bu ob'ekt, xodisa yoki inson to'g'risidagi tasavvur tushunchasi deb qabul qilinadi. U juda murakkab va ko'p qirralidir: unga ko'pchilik omillar ta'sir ko'rsatadi va uning o'zi ham bizning ongimizga ta'sir o'tkazadi. Siz inson bilan muloqot qilishni xohlaysizmi yoki yo'qmi? Ko'rinishidan uning hamma narsasi me'yordagidek, lekin baribir negadir ko'ngil unga talpinmaydi [1].

Insonda, asosan ommaviy axborot vositalarining ta'siri sababli, imij tushunchasi haqida o'z shaxsiy tasavvuri hosil bo'ldi. Bu, boshqa insonlarning ko'zi bilan qaralgan odam obrazi, insonlar ongida bizning shaxsimizga birikib ketgan bir qator stereotiplarning (bir xillikning) spektri, shuningdek, bizning, boshqalarga o'tishi mumkin bo'lgan o'z-o'zimiz haqimizdagi tasavvurimiz; ijtimoiy tarmoqdagi profilda "yoqdi" belgilari vositasida hisoblanadigan shaxsning ijtimoiy tarmoqlardagi tashqi rasmi va boshqa insonlar uchun jozibaliligi.

Insonning mimikadan iborat imiji — mimika, yuzning ifodasi, tabassum. Inson qalbining hissiyotlarini, uning mimikasi (yuz xususiyatlari) va qarashidan boshqa hech narsa aks ettira olmaydi. Shuning uchun, siz qay darajada mimikaga ega ekanligingiz, siz namoyish qilmoqchi bo'lgan narsani u qanchalik ifoda etishi haqida bilish zarur. Ko'pchilik odamlar tabiatan jozibador imijga ega bo'ladilar, lekin, qoidadagidek, insonlarning hurmatlari, o'z-o'zini taqdimotini qila olish san'atiga ko'ra yuzaga keladi, chunki bu san'atsiz, har qanday faoliyatda yirik muvaffaqiyatlarga erishib bo'lmaydigan, inson e'tiborining xursandchiligini sezib bo'lmaydi [3].

Yuqori lavozimga mansub rahbar o'z boshqaruv faoliyatida muvaffaqiyatga erishishi uchun anchagina yuksak aqliy ko'rsatkichga ega bo'lishi kerak. Bunday salohiyat kutilmagan vaziyatni tahlil etishda, muammoni hal qilish jarayonida bir necha vazifani parallel ravishda boshqarish zaruratidan kelib chiqadi. Lavozim talablari turli bo'g'in rahbarlari uchun turlicha aqliy salohiyat zarurligini ta'kidlaydi. Yuqori bo'g'in rahbarlari aniq ifodalangan ijtimoiy intellektga ega bo'lishlari shart. Ular tashabbuskor, muloqotga boy, yuksak siyosiy va ijtimoiy mavqeyga ega, ishga aloqadar tanish-bilishlari ko'p, intuitsiyasi rivojlangan va tashkilot faoliyatining qayerga yo'nalishini tezda payqab olishlari kerak. Har qanday tashkilotdagi asosiy og'irlikni o'ziga oluvchi o'rta bo'g'in rahbarlarida esa maxsus qobiliyat ko'proq rivojlangan bo'lishi lozim. Ular ishga diqqat-e'tiborli, mas'uliyatli, katta hajmdagi miqdoriy va sifat ma'lumotlarini tahlil etish qobiliyatiga ega shaxslardir.

O'qituvchi imidji individual va shaxsiy sifatleri, kasbiy faoliyati va xulqining kommunikativ xususiyatlari kabi xossalardan iborat. Imidjni nimadan boshlab shakllantirish kerak? Imidjning ma'lum qoidalariga tayanib, uning asosiy xossalarini ajratib olamiz.

Eng ahamiyatli xossalarga:

*tashqi ko'rinish;

*muloqotning verbal va noverbal vositalarining qo'llanilishi;

*kasb obraziga ich-ichidan mos kelishi — ichki «shaxsiyat»;

* pedagogik faliyatining uslubiy xususiyatlari;

* kasbiy yo'naltirilganlik.

Birinchi bosqich — tashqi ko'rinish, bunda pedagog imidjining asosiy xususiyati — ilk taassurot fenomeni, yangi «vizual go'zallik» muhim rol o'ynaydi. O'qituvchining umumiy ko'rinishi barkamol, o'quvchi va uning otaonalari hamda kattalarning hurmati va ishonchini tug'diradigan, ularni o'ziga qarata oladigan bo'lishi kerak. Bunda o'qituvchi kiyimining rangi,

me'yorida qilingan pardoz-andoz (makiyaj), zamonaviy soch turmagi katta ahamiyatga ega. O'qituvchi to'g'risidagi ilk taassurot uni ustoz sifatida qabul qilingan, pedagogik ta'sirini hosil qila olishi hamda bolalarga ta'sir etishi singari omillar katta ahamiyatga ega. Ikkinchi bosqichga – imidjning muhim omillaridan biri – muloqotning verbal va noverbal vositalari qo'llashi kiradi [2].

Xulosa qilib aytrganda Rahbar bu maxsus tayyorgarlik ko'rgan, boshqarishning sir-asrorlari, qonun-qoidalarini puxta egallagan malakali mutaxassisdir. Har bir menejer o'ziga xos boshqaruv uslubiga ega. Uslub-bu ishlash, boshqarishdagi o'ziga xos yo'l, usul ma'nosini anglatadi. Rahbarning ish uslubi bu boshqaruv jarayonida u yoki bu masalani hal qilishda uning o'ziga xos yondoshishidir. Rahbar qaror qabul qilganda, uning bajarilishini tashkil etganda va qo'l ostidagi kishilar ishini nazorat qilganda o'z vazifalariga muvofiq ish ko'radi. Biroq, har bir rahbar bunda o'ziga xos ravishda, boshqaruv jarayonida o'zi uchun mos bo'lgan, o'z rahbarlik uslubini belgilaydigan usullar bilan harakat qiladi. Rahbarlik uslubi rahbarlarning o'z qo'l ostidagilari bilan aloqasida, ularning o'zaro munosabatlarida tarkib topadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Sattorov, A., & Toshpo'latov, S. Boshqaruv mahorati va rahbar imiji. Toshkent: "Fan va texnologiya" nashriyoti. 2021.
2. Yusupov, E. Boshqaruv psixologiyasi va rahbar ma'naviyati. Toshkent: "O'zbekiston", 2018.
3. Morgan, J. The Future Leader: 9 Skills and Mindsets to Succeed in the Next Decade. Wiley, 2020.
4. Mahmudov, I. Boshqaruv psixologiyasi: O'quv qo'llanma. Toshkent: "Univeritet", 2020.