SPORTNING SOFT POWER MEXANIZMI VA STRATEGIK KOMMUNIKASIYA INSTRUMENTI SIFATIDAGI XUSUSIYATLARI

Jalolov Qobiljon Kozimjon o‘g‘li
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikasiyalar universiteti magistranti
qobiljonjalolov94@gmail.com
Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20264807

Annotasiya

Ushbu maqolada sportning soft power mexanizmi va strategik kommunikasiya instrumenti sifatidagi xususiyatlari ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilingan. Unda sportning global auditoriyaga emosional ta'sir ko‘rsatish, davlat haqida ijobiy tasavvur shakllantirish va xalqaro jamoatchilik e'tiborini jalb qilish imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan. Maqolada shuningdek, sportning soft power mexanizmi sport diplomatiyasi bilan bog‘liqligi e'tirof etiladi hamda sport diplomatiyasining bir nechta asosiy shakllari ajratib ko‘rsatiladi va tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: soft power, strategik kommunikasiya, sport diplomatiyasi, raqamli media, xalqaro imij, milliy identifikasiya, sport brendingi, ijtimoiy tarmoqlar, striming platformalari, global auditoriya.

Annotation

This article provides a scientific and theoretical analysis of the characteristics of sport as a mechanism of soft power and an instrument of strategic communication. The study examines the potential of sport to exert emotional influence on global audiences, create a positive perception of a state, and attract international public attention. The article also emphasizes the relationship between sport as a soft power mechanism and sports diplomacy, while identifying and analyzing several major forms of sports diplomacy.

Keywords: soft power, strategic communication, sports diplomacy, digital media, international image, national identity, sports branding, social media, streaming platforms, global audience.

XXI asrda xalqaro munosabatlar tizimida davlatlarning ta'sir o‘tkazish mexanizmlari sezilarli darajada o‘zgarib bormoqda. Zamonaviy sharoitda davlat qudrati faqat harbiy yoki iqtisodiy resurslar bilan emas, balki uning xalqaro jozibadorligi, madaniy ta'siri va ijobiy imiji bilan ham belgilanadi. Shu nuqtai nazardan sport “soft power”ning muhim instrumentlaridan biri sifatida qaralmoqda.

“Soft power” tushunchasi xalqaro munosabatlar nazariyasiga Joseph Nye tomonidan kiritilgan bo‘lib, u mazkur tushunchani “majburlash yoki bosim orqali emas, balki jozibadorlik va qiziqtirish orqali ta'sir ko‘rsatish qobiliyati” sifatida ta'riflaydi[1]. Nayning fikricha, davlatning madaniyati, qadriyatlari va tashqi siyosati uning soft power resurslarini tashkil etadi.

Sport mazkur resurslar ichida alohida ahamiyat kasb etadi, chunki u global auditoriyaga emosional ta'sir ko‘rsatish, davlat haqida ijobiy tasavvur shakllantirish va xalqaro

[1] Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – 2004. // https://fullpdfword.com/look-up/mLB60D/605563/5020536-soft-power-the-means-of-success-in-world-politics-by-joseph-nye

jamoatchilik e'tiborini jalb qilish imkoniyatiga ega. Shu ma'noda sport davlatning madaniy diplomatiyasi va strategik kommunikasiya tizimining muhim qismi hisoblanadi.

Ilmiy adabiyotlarda sportning soft power mexanizmi sifatidagi ahamiyati bir nechta omillar bilan izohlanadi. Birinchidan, sport universal kommunikasiya vositasi hisoblanadi. U til, din va siyosiy farqlardan qat'i nazar global auditoriyani birlashtirish xususiyatiga ega. Barrie Houlihan ta'kidlashicha, sport "davlatlarning xalqaro maydonda o'zini ijobiy namoyon qilishi uchun samarali diplomatik maydon" hisoblanadi[2].

Ikkinchidan, sport davlatning xalqaro imijini shakllantirishda emosional ta'sir mexanizmini yaratadi. Yirik sport musobaqalari, chempionlar va milliy terma jamoalar mamlakat haqida ijobiy assosiasiyalar hosil qiladi. Masalan, Braziliya futbol, Yamayka yengil atletika, Canada xokkey bilan global darajada identifikasiya qilinadi. Bu holat sportning milliy brend va soft power o'rtasidagi bog'liqligini ko'rsatadi.

Uchinchidan, sport xalqaro diplomatiyaning noan'anaviy instrumenti sifatida namoyon bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda bu holat "sports diplomacy" tushunchasi orqali izohlanadi. Stuart Murray va Geoffrey Pigman sport diplomatiyasini davlatlarning xalqaro munosabatlarda sport vositasida muloqot va ta'sir o'tkazish mexanizmi sifatida baholaydi[3].

Sportning soft power salohiyati ayniqsa Olimpiada o'yinlari, jahon chempionatlari va xalqaro turnirlarda yaqqol namoyon bo'ladi. Bunday tadbirlar davlatlarga:

- o'z madaniyatini namoyon qilish,
- infratuzilmasini ko'rsatish,
- xalqaro media e'tiborini jalb qilish,
- ijobiy milliy brend shakllantirish imkonini beradi.

Jonathan Grix ta'kidlashicha, zamonaviy davlatlar xalqaro sport tadbirlaridan soft power strategiyasining muhim qismi sifatida foydalanmoqda[4]. Masalan, 2008 yilgi yozgi Olimpiada o'yinlari Xitoyning global imijini mustahkamlashga xizmat qilgan bo'lsa, 2012 yilgi yozgi Olimpiada o'yinlari Buyuk Britaniyaning ochiq va innovasion davlat sifatidagi obrazini kuchaytirdi. Quyidagi jadvalda mamlakatlarning milliy brendi bilan bog'langan sport turlari qayd etilgan. Va albatta, izoh ruknida bu bog'liqlikning sabablari tushuntiriladi.

Mamlakat	Milliy brend bilan bog'langan asosiy sport turi	Izoh
Braziliya	Futbol	Braziliya global darajada "futbol mamlakati" sifatida qabul qilinadi. Pele va Neymar kabi yulduzlar mamlakat brendini kuchaytirgan.
Argentina	Futbol	Milliy identifikasiya va futbol o'zaro chambarchas bog'langan. Lionel Messi mamlakatning global sport brendiga aylangan.
Canada	Xokkey	Xokkey Kanada milliy madaniyati va

[2] Houlihan B. Sport and International Politics. –New York: Harvester Wheatsheaf, 1994. P.32. // https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203160640/sport-policy-politics-barrie-houlihan

[3] Murray S., Pigman G. Mapping the Relationship Between International Sport and Diplomacy. Sport in Society, 2014. // https://www.researchgate.net/publication/271625472_

[4] Grix J., Houlihan B. Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy. The British Journal of Politics and International Relations, 2014. // https://e-space.mmu.ac.uk/621304/3/2014BJPIR.pdf

Mamlakat	Milliy brend bilan bog‘langan asosiy sport turi	Izoh
		milliy g‘ururining muhim qismi hisoblanadi.
AQSh	Basketbol / Amerika futboli	National Basketball Association va National Football League Amerika sport industriyasining global brendi hisoblanadi.
Yangi Zelandiya	Regbi	Regbi mamlakat milliy identifikasiyasining asosiy simvollaridan biri. New Zealand national rugby union team global brendga aylangan.
Yaponiya	Dzyudo / karate	Yaponiya milliy madaniyati va an'anaviy jang san'atlari bilan identifikasiya qilinadi.
Xitoy	Stol tennisi	Stol tennisi Xitoyning sport qudrati va milliy sport madaniyati simvoli hisoblanadi.
Yamayka	Engil atletika (sprint)	Usain Bolt Yamaykaning global sport brendini shakllantirgan.
Xindiston	Kriket	Kriket Hindistonda ommaviy madaniyat va milliy identifikasiyaning muhim qismiga aylangan.
Janubiy Koreya	Taekvondo	Taekvondo milliy madaniy brend va Koreya soft power’ining muhim elementi hisoblanadi.
Keniya	Marafon va uzoq masofaga yugurish	Keniya uzoq masofaga yugurish bo‘yicha jahon brendi sifatida qabul qilinadi.
Norvegiya	Qishki sport turlari / chang‘i	Norvegiya qishki Olimpiada va chang‘i sporti bilan kuchli identifikasiya qilingan.
Shvedsariya	Tennis / chang‘i	Roger Federer mamlakatning global sport imijini mustahkamlagan.
Ispaniya	Futbol	Spain national football team va La Liga Ispaniya brendini kuchaytirgan.
Fransiya	Futbol / velosiped sporti	Tour de France Fransiyaning sport brendi va turizm imijining muhim qismi hisoblanadi.
Qatar	Futbol	2022 FIFA World Cup Qatarning xalqaro brendini shakllantirishda strategik rol' o‘ynagan.
Buyuk Britaniya	Futbol	Premier League Britaniyaning global madaniy va sport brendi hisoblanadi.

Mamlakat	Milliy brend bilan bog‘langan asosiy sport turi	Izoh
Mongoliya	Kurash	Milliy kurash (Bökh) Mongoliya milliy madaniyati va tarixiy identifikasiyasining muhim qismi hisoblanadi.
Tailand	Muay-tay	Muay-tay Tailandning milliy madaniy brendi va turizm PR instrumenti sifatida xizmat qiladi.
O‘zbekiston	Boks / kurash / shaxmat	O‘zbekiston xalqaro boks, milliy kurash va so‘nggi yillarda shaxmat orqali sport brendini mustahkamlab bormoqda.

Sportning soft power mexanizmi raqamli kommunikasiyalar rivojlanishi bilan yanada kuchaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, striming platformalari va global sport media tarmoqlari sport kontentini transmilliy axborot mahsulotiga aylantirdi. Natijada sport orqali shakllangan milliy obraz millionlab auditoriyaga tezkor tarqalmoqda.

Sportning soft power potensiali faqat sport natijalari bilan emas, balki davlatning umumiy siyosiy va madaniy siyosati bilan ham bog‘liq. Simon Anholt ta'kidlaganidek, ijobiy milliy brend real siyosiy va ijtimoiy holat bilan uyg‘un bo‘lishi zarur[5]. Demak, sport orqali yaratilgan ijobiy obraz davlatning umumiy imiji bilan muvofiq kelgandagina barqaror soft power resursga aylanadi.

Sportning soft power mexanizmi sport diplomatiyasi xususiyatlari bilan bog‘liq. Zamonaviy xalqaro munosabatlar tizimida diplomatiyaning an'anaviy shakllari bilan bir qatorda madaniy, gumanitar va sport diplomatiyasi kabi “yumshoq kuch” mexanizmlari ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ilmiy adabiyotlarda sport diplomatiyasi davlatlar, xalqaro tashkilotlar va boshqa sub'ektlarning sport orqali xalqaro munosabatlarga ta'sir ko‘rsatish faoliyati sifatida ta'riflanadi. Stuart Murray sport diplomatiyasini “sportchilar va sport tadbirlari vositasida xalqlar o‘rtasidagi munosabatlarni rivojlantirish hamda davlatning tashqi siyosiy maqsadlariga erishish jarayoni” sifatida izohlaydi[6]. Shu bilan birga, Geoffrey Pigman sport diplomatiyasini xalqaro munosabatlarda “norasmiy diplomatik kommunikasiya” shakli sifatida baholaydi[7]. Bu yondashuv sportning siyosiy ziddiyatlarni yumshatish va davlatlar o‘rtasida muloqot muhitini yaratish imkoniyatiga ega ekanligini ko‘rsatadi.

Ilmiy adabiyotlarda sport diplomatiyasining bir nechta asosiy shakllari ajratib ko‘rsatiladi.

1. Mega sporting events diplomatiyasi. Olimpiada o‘yinlari, jahon chempionatlari va qit'a musobaqalari davlat imijini shakllantirishning muhim diplomatik maydoni hisoblanadi. Bunday tadbirlar davlatning madaniy ochiqligi, infratuzilmasi, tashkilotchilik salohiyati, xavfsizligi kabi jihatlarini namoyon qilish imkonini beradi.

[5] Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. P.102. // https://scispace.com/pdf/competitive-identity-the-new-brand-management-for-nations-4e349njvnv.pdf

[6] Murray S. Sports Diplomacy: Origins, Theory and Practice. 2018. // https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351126960/sports-diplomacy-stuart-murray

[7] Pigman G. Contemporary Diplomacy. 2010. P.33. // https://www.researchgate.net/publication/376910289_

2. Sport almashinuvi va xalqaro hamkorlik. Sport diplomatiyasining yana bir shakli xalqaro sport almashinuvlari, qo‘shma yig‘inlar va sport federatsiyalari o‘rtasidagi hamkorlik hisoblanadi. Bu jarayon davlatlar o‘rtasida ishonch va muloqot muhitini shakllantirishga xizmat qiladi. Tarixdagi eng mashhur misollardan biri — Ping-Pong Diplomacy hisoblanadi. 1970-yillarda AQSh va Xitoy o‘rtasidagi stol tennisi bo‘yicha sport almashinuvi ikki davlat munosabatlarining yaxshilanishiga zamin yaratgan.

3. Sportchilar diplomatik elchi sifatida. Mashhur sportchilar davlatning xalqaro imijini shakllantiruvchi norasmiy diplomatlar vazifasini bajaradi. Ular xalqaro auditoriyaga kuchli emosional ta'sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Muhammad Ali, Pele, Usain Bolt kabi sportchilar o‘z davlatlarining global tanilishiga xizmat qilgan. Bu jarayon ilmiy adabiyotlarda “celebrity diplomacy” tushunchasi bilan ham bog‘liq holda tahlil qilinadi.

4. Raqamli sport diplomatiyasi. Zamonaviy axborot jamiyati sharoitida sport diplomatiyasi raqamli muhitga ham ko‘chmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, sport media platformalari va onlayn translyasiyalar davlatlarga global auditoriya bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri muloqot qilish imkonini beradi.

Demak, sport diplomatiyasi quyidagi asosiy vazifalarni bajaradi:

√ davlatning ijobiy imijini shakllantirish;
√ xalqaro munosabatlarni mustahkamlash;
√ soft power salohiyatini oshirish;
√ madaniy muloqotni rivojlantirish;
√ xalqaro media e'tiborini jalb qilish.

Shu bilan birga, sport diplomatiyasi inqirozli vaziyatlarda ham “muloqot ko‘prigi” vazifasini bajarishi mumkin. So‘nggi yillarda sport diplomatiyasida quyidagi tendensiyalar kuzatilmoqda:

- raqamli diplomatiyaning kuchayishi;
- xalqaro sport PR kampaniyalari rivojlanishi;
- sport va milliy brending integratsiyasi;
- e-sport diplomatiyasi paydo bo‘lishi.

Shunday qilib, sport diplomatiyasi zamonaviy xalqaro munosabatlarda davlatning ijobiy imijini shakllantirish, soft power salohiyatini kuchaytirish va madaniy muloqotni rivojlantirishning muhim strategik kommunikasiya instrumenti hisoblanadi. Raqamli diplomatiya, xalqaro sport PR kampaniyalari va milliy brending bilan integratsiya jarayonlari uning global axborot makonidagi ta'sirini yanada kuchaytirmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. // https://scispace.com/pdf/competitive-identity-the-new-brand-management-for-nations-4e349njvnv.pdf
2. Grix J., Houlihan B. Sports Mega-Events as Part of a Nation’s Soft Power Strategy. The British Journal of Politics and International Relations, 2014. // https://e-space.mmu.ac.uk/621304/3/2014BJPIR.pdf
3. Houlihan B. Sport and International Politics. –New York: Harvester Wheatsheaf, 1994. // https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203160640/
4. Murray S., Pigman G. Mapping the Relationship Between International Sport and Diplomacy. Sport in Society, 2014. // https://www.researchgate.net/publication/271625472_
5. Murray S. Sports Diplomacy: Origins, Theory and Practice. 2018. // https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351126960/

6. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – 2004. // https://fullpdfword.com/look-up/mLB60D/605563/5020536-soft-power-the-means-of-success-in-world-politics-by-joseph-nye
7. Pigman G. Contemporary Diplomacy. 2010. // https://www.researchgate.net/publication/376910289_