

DAVLAT VA JAMIYAT BOSHQARUVIDA “YUMSHOQ KUCH” OMILINING O‘RNI



<https://doi.org/10.5281/zenodo.14545024>

Qo‘ziyev Alim Abrayqul o‘g‘li

Alfraganus Universiteti

1 kurs magistranti

Ilmiy rahbar: **Kasimova Zilola G‘ulomiddinovna**

Annotatsiya: Ushbu maqolada Jozef Nay tomonidan ifodalangan “Yumshoq kuch” tushunchasi o‘rganilib, uning davlat va jamiyat boshqaruvidagi ahamiyatiga e‘tibor qaratiladi. Majburlash va harbiy kuchga tayanadigan “qattiq kuch”dan farqli o‘laroq, “yumshoq kuch” madaniy ta’sir, siyosiy qadriyatlar va tashqi siyosat orqali jalb qilish va ishontirishga urg‘u beradi. Ushbu maqola yumshoq kuch boshqaruvni qanday kuchaytirishi, ijtimoiy hamjihatlikni mustahkamlashi va xalqaro munosabatlarni yaxshilashi mumkinligini ko‘rib chiqadi.

Kalit so‘zlar: Yumshoq kuch, madaniy diplomatiya, ta’sir qilish, ishontirish, boshqaruv, xalqaro munosabatlar, xalq diplomatiyasi, siyosiy qadriyatlar, madaniy almashinuv, tashqi siyosat, milliy brending, xalqaro hamkorlik, idrokni boshqarish.

KIRISH

“Yumshoq kuch” atamasi XX asr oxirida Jozef Nay tomonidan kiritilgan bo‘lib, boshqalarni o‘zi xohlagan narsani kuch va majburlashsiz bajarishga ko‘ndira olish qobiliyatini tavsiflash uchun ishlatiladi. O‘zaro bog‘liqlik kuchayib borayotgan dunyoda yumshoq kuchning davlat va jamiyat boshqaruvidagi ahamiyati o‘sdi, bu diplomatik munosabatlar, iqtisodiy sheriklik va ichki boshqaruvga ta’sir ko‘rsatdi. “Yumshoq kuch”ni muvaffaqiyatli loyihalashtirgan hukumatlar o‘zlarining qonuniyligini ham ichki, ham xalqaro miqyosda oshirishlari mumkin. Bunga fuqarolar va jahon auditoriyasida aks-sado beradigan milliy qadriyatlarni targ‘ib qilish orqali erishiladi. Yumshoq kuch madaniy va ijtimoiy tashabbuslarda ishtirok etishni rag‘batlantirish orqali fuqarolik faolligini kuchaytiradi.[1.78] Bu davlat va fuqarolar o‘rtasidagi munosabatlarni mustahkamlaydi, ijtimoiy hamjihatlikni kuchaytiradi. Inqiroz davrida yumshoq kuch hukumatlar uchun muhim vosita bo‘lishi mumkin. Madaniy diplomatiya va xalqaro hamkorlikdan foydalanib, davlatlar mojarolarni yumshatib, tinchlikni mustahkamlashi mumkin. “Yumshoq kuch”ning samaradorligi ko‘pincha in‘ikoslarga bog‘liq bo‘lib, ular ommaviy axborot vositalarining hikoyalari va siyosiy voqealarga ta’sir qilishi mumkin. Xitoy kabi

kuchayib borayotgan kuchlar yumshoq kuch strategiyalariga tobora ko‘proq sarmoya kiritmoqda, bu esa yanada raqobatbardosh global landshaftga olib keladi.

Adabiyotlar tahlili

Ushbu tadqiqot diplomatlar, sayyohlik kengashlari, savdo agentliklari, milliy brend bo‘yicha maslahatchilar va menejerlar uchun asosiy mezonlarni taqdim etdi. “Yumshoq kuch”ning aniq o‘lchovini ishlab chiqish uchun biz uning barcha asosiy o‘lchamlarini o‘z ichiga olgan tizimni ishlab chiqildi, va bu buni “yumshoq kuch” indeksi deb ataladi.

Shuningdek, biz 7 ta o‘ziga xos o‘lcham yoki “yumshoq quvvat ustunlari”ni aniqladik. Bu madaniyat va tashqi siyosatdan tortib, mamlakatning ta’lim va ilmiy resurslari, ommaviy axborot vositalarining ta’siri, qulay biznes muhiti kabi o‘lchovlarga qadar “yumshoq kuch” qo‘llaniladigan turli sohalardir. Global Soft Power Index tadqiqot dasturi o‘zining eng yirik turi bo‘lib, ikkita asosiy tamoyilga asoslanadi: Birinchisi, Oddiy odamlarning (Umumiy jamoatchilik) fikrlarini va “yumshoq kuch”ni yaqindan ko‘radigan va uning natijalar va qarorlarga real ta’sir ko‘rsatishini ta’minlaydigan ekspertlarning (Mutaxassis auditoriya) fikrlarini olish. Ikkinchisi, “yumshoq kuch” tashabbuslarining ta’sirini qamrab oladigan va dunyodagi ko‘pincha e’tibordan chetda qoladigan ko‘plab kichik davlatlarni qamrab oluvchi chinakam global chora yaratish. So‘rov metodologiyasi iqtisod hajmi yoki ehtimoliy ta’siri uchun tanlangan 105 ta milliy brendni baholadi. Mutaxassislarning fikricha, “yumshoq kuch” davlatlar, ularning odamlari, korxonalari va har qanday shakl va o‘lchamdagi tashkilotlar uchun barcha turdagi imtiyozlarni beradi. Kuchli davlat brendi va “yumshoq kuch”ning ijobiy idroklari mamlakatga o‘zini odamlar tashrif buyurishi, sarmoya kiritishi va tovarlar va xizmatlar sifati bo‘yicha obro‘sini oshirish joyi sifatida tanitish imkonini beradi.

METODOLOGIYA

Loyihalar sezilarli daromad keltirishi uchun taqqoslash va javobgarlik muhim ahamiyatga ega. Muloqot va ta’lim muhim ahamiyatga ega. Ba’zi hollarda yumshoq kuch mamlakatning kuchli tomonlari va resurslarining yomon aloqasi tufayli cheklangan bo‘lishi mumkin. Yumshoq kuch aktirlarga ta’sir o‘tkazish qobiliyati bo‘lsa-da, milliy brend bu qobiliyatni amalda qo‘llaydi. Joylashuv brendi, shuningdek, davlatlar va korporatsiyalar o‘rtasida simbiotik munosabatlarni yaratadi, bunda korporativ brendlar jahon sahnasida millat uchun brend elchilari sifatida ishlaydi.[2.35] Misol uchun, Singapore Airlines o‘z shahri-davlati uchun mashhur brend elchisiga aylandi. Millatning jozibadorligi va “yumshoq kuch”i aksariyat brendlar va bizneslarga, ayniqsa milliy kelib chiqishi va assotsiatsiyasi juda aniq bo‘lgan kompaniyalarga ta’sir qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Quyidagi 5 ta yo‘nalish korporatsiyalar yumshoq quvvat tushunchalaridan foydalanish va ulardan foydalanishning turli usullarini belgilaydi. Bu yilgi eng katta voqealardan biri shundaki, Germaniya dunyoning yetakch “yumshoq kuch” qudrati bo‘lish uchun AQShdan o‘z zimmasiga oldi. Ular Global Soft Power Index reytingiga 100 balldan 62,2 ball bilan ikkinchi o‘rindagi Yaponiyadan (60,6) yaqqol 1,6 ballga ustunlik qilishdi. Germaniya butun Evropa va butun dunyo bo‘ylab barqarorlik yoritgichi bo‘lib, hayotimizdagi eng katta halokatli voqealardan biri bo‘ldi.[3.24] Germaniya, shuningdek, 11 ko‘rsatkich bo‘yicha barqaror va yaxshi natijalarni ko‘rsatib, to‘qqiztasida kuchli beshlikka kiradi. Germaniya xalqaro munosabatlar, boshqaruv, biznes va savdo bo‘yicha barcha uchta ko‘rsatkich bo‘yicha birinchi ikki o‘rinda turadi.

Ikkinchi o‘rinda Yaponiya o‘zining kuchli brendlari, qat’iy iste’mol xarajatlari va yuqori darajadagi biznes investitsiyalarining mukofotlarini olishda davom etmoqda. Mamlakat biznes va savdo ustunida yana birinchi o‘rinni egalladi. Yaponiya ajoyib obro‘ga ega va uning ilg‘or texnologiyalar va biznesdagi kuchi dunyoga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Uning noyob madaniyati va mukammal boshqaruvi Yaponiyani yuqori darajadagi “Yumshoq kuch” davlatiga aylantiradi. Birlashgan Qirollik 100 balldan 57,9 ballga 3,9 ball tushib ketganiga qaramay, uchinchi o‘rinni saqlab qoldi. Bu asosan Boris Jonson hukumatining virus tarqalishini oldini olishga noaniq yondashuvi va blokirovkani amalga oshirishni istamagani uchun tanqid qilingani bilan bog‘liq.

Ommaviy madaniyat va axborot texnologiyalari bu normalarni tatbiq etishda faqatgina tarqatuvchi vosita vazifasini bajaradi. “Yumshoq kuch” vositalariga kommunikatsiya, shu jumladan, axborot texnologiyalari ayniqsa Internet, diplomatik vakolatxonalar, madaniy, ilmiy va ta’lim markazlari, katta marosimlar (masalan Olimpiya o‘yinlari, EKSP) kiradi. “Yumshoq kuch” sifatida mashhur mahsulot markalari (brendlar), ilm-fan, texnika, san’at va hatto moda sohasidagi yutuqlardan ham foydalaniladi.[4.82]

“Yumshoq kuch” ko‘lami mahalliydan global miqyosgacha yetishi uchun, davlatning “yumshoq kuch”ini tashkil etuvchi uch o‘lchamidan tashqari, shuningdek, “qattiq kuch” salohiyatiga ham ega bo‘lish zarur. Shunday qilib, siyosiy va falsafiy fikrlar tarixida “yumshoq kuch” konseptiga yaqin bo‘lgan nazariyalar mavjud bo‘lib, ularning umumiy jihatlari – muayyan mamlakat aholisining ongiga faol ta’sir ko‘rsatish va uni o‘zi istaganicha o‘zgartirishga qaratilganligidir. Lekin bunday o‘zgarishlarni xalq tomonidan tabiiy holat yoki o‘z hukumatining xohish-irodasi sifatida tushunilishi kerak edi.

NATIJA

Jozef Nay ommaviy diplomatiyasining uch o‘lchamini ajratib ko‘rsatadi: birinchisi – amerika tashqi siyosiy harakatlarini har kuni muntazam yoritib borilishi; ikkinchisi – “strategik muloqot”, bunda AQSh uchun eng muhim bo‘lgan siyosiy mavzularda muhokamalar uyushtirilishi; uchinchisi – xorijiy fuqarolarga AQSh bilan shaxsan tanishish imkoniyatini beradigan ilmiy stipendiyalar, talabalar almashinuvi dasturlari tizimi vositasida xorijiy muloqot doiralari bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqalarni rivojlantirish. Muallifning ta’kidlashicha, AQShga 1945-yildan keyin kirib kelgan 700 ming shaxsning orasida M.Tetcher, A.Sadat va G.Shmidt kabi amerika tarafdorlariga aylangan siyosatchilar ham bo‘lgan.[5.18]

AQSh madaniy siyosatining asosiy tarkibiy qismiga jadal rivojlanayotgan yuqori texnologiyalari, buning natijasida butun dunyoda namoyish etilayotgan amerika pop-madaniyati, turli media-magnatlar, transmilliy korporatsiyalar, moliya-sanoat guruhlar va boshqa ishbilarmon doiralarga xizmat qiladigan samarali siyosiy va mafkuraviy vositaga aylangan “ommaviy madaniyat” (aksariyat tadqiqotchilar tomonidan “amerikacha madaniyat” tushunchasi bilan bir xil deb qaraladi) kiradi.[6.93]

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugungi kunda madaniyat omili “yumshoq kuch jahondagi jtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga va xalqaro munosabatlarga jiddiy ta’sir etmoqda. “Yumshoq kuch” davlatlar va jamiyatlarni boshqarishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. Uning qonuniylikni mustahkamlash, fuqarolarning faolligini oshirish va samarali boshqaruvga yordam berish qobiliyati, zamonaviy davlat boshqaruvining muhim tarkibiy qismiga aylantiradi. Global muhit rivojlanishda davom etar ekan, “Yumshoq kuch”dan strategik foydalanish murakkab xalqaro munosabatlar va ichki muammolarni hal qilishga intilayotgan davlatlar uchun juda muhim bo‘ladi.O‘z navbatida, jozibador imijning mavjudligi davlatga tashqi siyosatda maqsadlarini muvaffaqiyatli amalga oshirishga, milliy manfaatlarni himoya qilishga va milliy xavfsizlikni mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Nye, J. S. (2004). Soft Power: Tools for Success in World Politics. Public relations.
2. Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Palgrave Macmillan.
3. Lee, J. (2016). Cultural Diplomacy and Soft Power in East Asia. Routledge.
4. Радиков И., Лексютина Я. “Мягкая Сила” как современный атрибут великой державы// Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – №2. – С. 20.

5. Най, Дж. С. Мягкая сила. Слагаемые успеха в мировой политике. – Нью-Йорк: Паблик афферз, 2004. – С.95.
6. Филимонов Г. Ю. Фактор культуры во внешней политике США. URL:<http://humanities.edu.ru/db/msg/38693>.