

HOMIYLIK VA REKLAMA SHARTNOMALARIDA AXLOQIY BANDLAR: FUTBOLCHILARNING HUQUQLARI VA MAJBURIYATLARI QONUNCHILIKNI TAKOMILLASHTIRISH

Nabijonov Ibrohimjon

Toshkent davlat yuridik universiteti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15634805>

Annotatsiya. Ushbu maqolada, shuningdek, homiylik va reklama shartnomalaridagi axloqiy bandlarning ahamiyati va mohiyati ham ko'rib chiqiladi. Ushbu bandlar brend imidjini himoya qilishga qaratilgan bo'lib, homiyga sportchi yoki mashhur shaxsning brendga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan xatti-harakatlari sodir bo'lganda shartnomani bekor qilish yoki to'xtatib turish huquqini beradi. Maqolada axloqiy bandlarning asosiy jihatlari, ularning tetiklantiruvchi hodisalari, homiyniing ixtiyori, buzilish uchun ko'riladigan choralar va bunday bandlarni tuzishda e'tiborga olinishi kerak bo'lgan masalalar tahlil qilinadi. Shuningdek, amaliyotdan olingan mashhur sportchilar bilan bog'liq holatlar misol sifatida keltiriladi, bu esa axloqiy bandlarning sportchilarning professional faoliyati va homiylik kelishuvlariga qanday ta'sir qilishini ko'rsatib beradi.

Kalit so'zlar: Futbolchilar, homiylik, reklama(endorsment) shartnomalari, axloqiy bandlar, reputatsiya xavfi, ishsizlik, sportchining xatti-harakati, brend imidji, tijorat ta'siri, Rayan Giggs, Meyson Grinvud, Kurt Zuma, Adrian Mutu.

Odamlarning hayratli jo'shqini, projektorlarning yorqinligi, ko'p million dollarlik shartnomalar – professional futbolchining hayoti ko'pincha cheksiz muvaffaqiyatga to'la ko'rinadi. Biroq, hayratlanarli iste'dod va daromadli homiyliklar ortida xavfli haqiqat yotadi, unda maydondan tashqari xatti-harakatlar halokatli professional oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Ko'plab futbolchilar uchun homiylik va reklama shartnomalariga kiritilgan ko'pincha qat'iy axloqiy bandlarni buzish nafaqat moliyaviy yo'qotish, balki futbolchilar homiylarni bosimi ostida klublar tomonidan chetlatilib, ishsiz qolishiga olib kelishi mumkin.

Axloqiy bandlar, homiylik shartnomalaridagi ko'pincha e'tibordan chetda qoladigan satrlar, o'z imidjini himoya qilishga intilayotgan brendlar uchun himoya vazifasini o'taydi. Ushbu "yomon xulq atvor" yoki "imidjiga ta'sir" bandlari homiylarga shartnomalarda ustuvor maqom beradi. Agar sportchi brendning yaxshi nomiga zarar yetkazadigan xatti-harakat sodir etsa, kelishuvlarni bekor qilish yoki to'xtatib turish huquqini beradi. Ushbu bandlarning doirasi keng bo'lishi mumkin, jinoiy hukmlardan tortib oddiygina salbiy jamoatchilik fikrini keltirib chiqaradigan harakatlar yoki bayonotlargacha. Muhimi shundaki, nima buzilish hisoblanishini talqin qilish ko'pincha homiyniing ixtiyoriga bog'liq bo'lib, ularga sezilarli yuqori vakolat beradi.

Axloqiy bandni buzishning bevosita oqibati ko'pincha katta miqdordagi homiylik daromadining to'satdan to'xtatilishidir. Elita futbolchilar uchun bu kelishuvlar moliyaviy qutqaruvchi bo'lishi mumkin, ba'zan hatto klub maoshlaridan ham oshib ketadi. Yo'qotish faqat moliyaviy ta'sir bilan cheklanmaydi; u futbolchining shaxsiy brendi va bozordagi qobiliyatiga jiddiy putur yetkazadi. Ayni paytda yirik homiylik kompaniyalari jamoatchilik bahs-munozaralari bilan bog'liq shaxslar bilan aloqa qilishdan qochadi. Yangi homiylik imkoniyatlarini qo'lga kiritish qiyin kurashga aylanadi, bu sport mahorati va jamoatchilik imidji o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikning yaqqol eslatmasidir.

Meyson Grinvud ishi bunga yaqqol misol bo'la oladi. Jiddiy ayblovlar bilan hibsga olinganidan so'ng, sport kiyimlari giganti Nike o'z homiylik shartnomasini tezda bekor qildi.

Keyinchalik u jinoiy ayblovlardan tozalandi, ammo sezilarli salbiy jamoatchilik fikri va "Manchester Yunayted"ning unga nisbatan choralari oxir-oqibat uning klubni tark etishiga olib keldi. Bu shuni ko'rsatadiki, hatto hukm bo'lmagan taqdirda ham, jiddiy ayblovlar axloqiy bandlarni ishga solishi mumkin. Bu esa futbolchini homiylik va klublar uchun tijorat nuqtai nazaridan "keraksiz" yoki "zararli" deb topilishiga va uning kelgusi professional faoliyatni jiddiy xavf ostida qoldirishga sabab bo'ladi.

Biroq, oqibatlar ko'pincha homiylik doirasidan chiqib, futbolchining kasbining asosiy qismiga – futbol klubida ish topish qobiliyatiga ham ta'sir qiladi. Zamonaviy futbolda homiylik daromadlari klub moliyasini ta'minlaydigan va strategik qarorlarga ta'sir ko'rsatadigan muhim omil bo'lganligi sababli, futbolchining homiylikdagi muammolari uning ish bilan ta'minlanishiga bevosita ta'sir qilishi mumkin. Klublar yaqinda axloqiy bandni buzgan futbolchi bilan shartnoma imzolash uning homiylik kelishuvlariga salbiy ta'sir ko'rsatishidan qo'rqadilar. Bu yerda o'z navbatida homiylik tomonidan yetarli darajada bosim ham bo'ladi.

Hatto taniqli afsonalar uchun ham ta'sir sezilarli bo'lishi mumkin. **Ryan Giggs** jiddiy xulq-atvor qoidalarini buzganlikda ayblangan dastlabki paytlarda klub shartnomasini yo'qotmagan bo'lsa-da, bir qator yirik homiylik undan uzoqlashgan yoki o'z munosabatlarini to'xtatib turgan. Bu axloqiy bandlar hatto uzoq va muvaffaqiyatli faoliyatga ega bo'lgan futbolchilar uchun ham sezilarli moliyaviy yo'qotishlarga va obro'ga putur yetkazishga olib kelishi mumkinligini ko'rsatadi.

Faoliyatining boshida **Adrian Mutu** bilan sodir bo'lgan voqea, garchi bu to'g'ridan-to'g'ri homiyning axloqiy bandini buzish emas, balki klubning professional xulq-atvor bandi bilan bog'liq bo'lsa-da, yuqoridagi fikrimizga yana bir misol bo'ladi. Uning kokainga ijobiy test topshirishi "Chelsi" tomonidan darhol ishdan bo'shatilishiga olib keldi, bu uning faoliyatiga jiddiy ta'sir ko'rsatdi. Bu esa klublarning o'zlari ham futbolchilarning xatti-harakatlari bilan bog'liq bo'lgan va ishdan bo'shatilishiga olib kelishi mumkin bo'lgan bandlarga ega ekanligini ko'rsatdi (garchi bu professional futbol bilan aloqador bo'lmasa ham).

Oxir oqibat, axloqiy bandlarni buzganidan keyin professional surgunga duch kelgan futbolchilarning holatlari professional sportning salbiy jihatlari misol bo'ladi. Sportchilar nafaqat ijrochilar, balki brendlar ham bo'lgan davrda ularning maydonda ham, undan tashqarida ham xatti-harakatlari katta ahamiyatga ega. Birgina xato narxi moliyaviy jarimalardan ancha oshib ketishi, potentsial ravishda eng yuqori professional sanksiyaga – chetda qolib, keraksiz bo'lib, o'z ishtiyoqini davom ettira olmaslikka olib kelishi mumkin.

O'zbekiston qonunchiligiga jismoniy tarbiya va sport sohasida muxlislarning huquqlarini himoya qilish hamda sportchilarning homiylik shartnomalaridagi axloqiy bandlar bilan bog'liq vaziyatini tartibga solish maqsadida bir qator takliflarni ilgari surish mumkin. Avvalo, "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi qonunga muxlislarning huquqlari bo'yicha alohida bob kiritish, "Sport xizmatlari iste'molchisi" tushunchasini aniqlash va uning huquqlarini belgilash, sport tadbirlarida xavfsizlik talablarini aniq belgilash, shuningdek, sport tashkilotlarining axborot oshkoraligini kuchaytirish zarur. Homiylik shartnomalarini tartibga solish uchun esa sportchilarning huquqlarini himoya qiluvchi organ tashkil etish, axloqiy bandlarning aniq chegaralarini belgilash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish, sport federatsiyalarining sportchilar

huquqlarini himoya qilishdagi rolini oshirish va axloqiy bandlarni buzish oqibatlarini aniq belgilash lozim. Bundan tashqari, "Reklama to'g'risida"gi qonunga sportchilar ishtirokidagi reklamaga qo'shimcha axloqiy talablar kiritish maqsadga muvofiqdir. Ushbu takliflar qonunchilikni xalqaro standartlarga moslashtirishga, muxlislarning huquqlarini to'liqroq himoya qilishga va sportchilarning homiylik shartnomalaridagi huquqiy holatini yaxshilashga xizmat qiladi.

REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi.
2. O'zbekiston Respublikasining "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi Qonuni.
3. O'zbekiston Respublikasining "Reklama to'g'risida"gi Qonuni.
4. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi.
5. Journal of intellectual property and entertainment law - "MORALS CLAUSES: PAST, PRESENT AND FUTURE", CAROLINE EPSTEIN, VOLUME 5 FALL 2015 NUMBER 1
6. FIFA "Media and Marketing Regulations for the FIFA World Cup Qatar 2022"
7. FIFA (2022). FIFA Marketing Regulations. <https://digitalhub.fifa.com>
8. FIFA Code of Ethics, Articles 20-22 – Conflicts of interest and integrity;
9. European Commission (2005). Unfair Commercial Practices Directive 2005/29/EC. <https://eur-lex.europa.eu>
10. Larenz, Karl: Methodenlehre der Rechtswissenschaft , Alexander Hollerbach /Philosophisches Jahrbuch 69 (2):426 (1962)