



**MADANIY XIZMATLAR VA IJODIY ISHLAB CHIQRISHNING NAZARIY
ASOSLARI**

Samiyev Baxtiyor Norbobo o‘g‘li

O‘zbekiston davlat san’at va madaniyat instituti

“Madaniyat va san’at muassasalarini tashkil etish hamda boshqarish” ta’lim
yo‘nalishi 3-bosqich talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada madaniy xizmatlar va ijodiy ishlab chiqarish nazariy asoslari hamda bugungi kundagi rivojlanish jarayonlari haqida ma’lumotlar keltirilgan va atroflicha fikrlar bildirilib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: madaniy xizmatlar, ijodiy ishlab chiqarish, jamiyat, madaniyat va san’at, ma’naviy qadriyatlar, ijodkor, ma’naviy ehtiyoj, ijodiy mahsulot, iste’molchilik kayfiyati, kommunikatsiya, ijtimoiy mas’uliyat.

Abstract: This article presents information and comprehensive opinions on the theoretical foundations of cultural services and creative production, as well as current development processes.

Keywords: cultural services, creative production, society, culture and art, spiritual values, creator, spiritual need, creative product, consumer mood, communication, social responsibility.

Madaniy xizmat va ijodiy ishlab chiqarish faoliyati jamiyatda ma’naviy qadriyatlar shakllanishi, ijtimoiy birdamlik mustahkamlanishi va inson kapitalining rivojlanishida muhim rol o‘ynaydi. Shu sababli, bu sohalarning nazariy asoslarini o‘rganish, ularning iqtisodiy jarayonlardagi o‘rnini aniqlash va amaliy ahamiyatini tahlil qilish muhim vazifa hisoblanadi.

Madaniy xizmatlar – bu jamiyat a’zolarining madaniy, estetik, ma’naviy ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyat turlaridir. Ushbu xizmatlar asosan san’at, adabiyot, teatr, musiqa, kutubxona, muzey, xalq ijodi, ommaviy madaniyat, madaniy-ma’rifiy tadbirlar va shu kabi yo‘nalishlarda amalga oshiriladi.

Madaniy xizmatlar quyidagi xususiyatlarga ega:

Ma’naviy qadriyatlarni shakllantiradi – insonning ichki dunyosini boyitadi, estetik tarbiyani mustahkamlaydi;

Ijtimoiylik darajasi yuqori – jamiyatda madaniy integratsiya va birdamlikni kuchaytiradi;





Tarbiyaviy va ma'rifiy ahamiyatga ega – yosh avlodni milliy va umuminsoniy qadriyatlarga yo'naltiradi.¹

Madaniy xizmatlar aholining madaniy saviyasini oshirish, bo'sh vaqtni mazmunli o'tkazish va ijodiy qobiliyatlarni rivojlantirishda, ayniqsa, iste'molchiga ma'qul kelishi muhim omil va asosiy vazifa hisoblanadi.

Madaniy xizmatlarning iste'molchilik kayfiyatiga ta'siri ko'p qirrali bo'lib, u shaxsning madaniy saviyasi, ijtimoiy maqomi, psixologik holati va estetik didi bilan uzviy bog'liqdir. Bugungi sharoitda teatr, kino, san'at asarlari va madaniy muassasalar faoliyatida zamonaviy marketing yondashuvlari, raqamli kommunikatsiya vositalari va auditoriyani chuqur tushunishga asoslangan strategiyalar muhim ahamiyat kasb etmoqda. Faqatgina san'at darajasi bilan emas, balki iste'molchining ichki kayfiyati, ijodkordan kutgan ijodiy mahsuloti va brendga bo'lgan sodiqligi bilan ham raqobatbardosh madaniy xizmatlar yaratish mumkin. Kelgusida ushbu sohani chuqur o'rganish, iste'molchilarning madaniy tajribalarini o'lchash, ularning ehtiyojlari va motivatsiyalarini tahlil qilish asosida yanada samarali madaniy siyosat va xizmatlar tizimini shakllantirish zarurati mavjud. Chunki madaniy xizmatlar boshqa xizmat turlaridan o'zining ramziy, estetik va hissiy qiymati bilan ajralib turadi. Teatrlarda namoyish etiladigan spektakllar, kontsertlar tomoshalari, adabiy va san'at ko'rgazmalari, odatda, birdan-bir martalik tajriba hisoblanadi va bu tajribaning ta'siri har bir individual iste'molchiga qarab o'zgaradi. Shu sababli, madaniy xizmatlar ijodkorlik va emotsional qadriyatlar asosida baholanadi. Madaniy mahsulotlarning iste'moli ko'pincha moddiy manfaatdan ko'ra shaxsiy o'sish, madaniy identifikatsiya, ijtimoiy maqom va estetik qoniqishga asoslanadi. Aynan shu sababli, bunday xizmatlarga bo'lgan talab iqtisodiy omillardan tashqari, psixologik va sotsiologik omillar bilan ham belgilanadi.² Umuman olganda madaniy xizmatlar va ijodiy mahsulotlar iste'molchilik psixologiyasining chuqur qatlamlariga ta'sir ko'rsatadi. Ular insonni nafaqat iste'molchi sifatida, balki shaxs, madaniy sub'yekt sifatida shakllantiradi. Shuning uchun ham madaniy xizmatlar ko'rsatuvchi muassasalar bugungi raqamli va tezkor iste'mol muhitida ham o'z o'rnini yo'qotmayapti, aksincha, o'zgaruvchan ehtiyojlarga moslashgan holda yangi kommunikatsion va marketing strategiyalar orqali o'z auditoriyasini kengaytirmoqda.

1 Perviyon, A. O. "Madaniyat muassasalarida ijodiy loyihalar ishtirokchilarining ijtimoiy-madaniy salohiyatini rivojlantirishning nazariy asoslari". – Moskva. Gumanitar fazo 10.7 (2021): 950-958.

2 Juravleva, I. I., E. F. Metelkina. "Xizmat ko'rsatish madaniyati xizmat tizimining bir qismi". Iqtisodiyot va jamiyat 2-5 (11) (2014): 1176-1179.





Ijodkorlik iqtisodiy boylik sifatida qaralishi g'oyasi 1990-yillardan boshlab iqtisodiy siyosatning bir qismi sifatida shakllangan bo'lib, u turli yangi atamalarning paydo bo'lishiga sabab bo'ldi. Masalan: "ijodiy sektor", "mualliflik huquqi sanoatlari", "kontent sanoati", "tajriba iqtisodiyoti", "ijodiy biznes sektori", "san'at markazidagi biznes", "madaniyat va kommunikatsiya sanoati", "ommaviy axborot vositalari sanoati" va "bilimga asoslangan iqtisodiyotlar". Bu faoliyat yo'nalishlari "notexnologik innovatsiya"ga kiradimi?, – degan savol hanuz muhokamada. Ularning aniq ta'rifi va mazmuni turlicha talqin qilinadi. "Ijodiy sanoatlar" tushunchasi birinchi marta 1994-yilda Avstraliyada hujjatlashtirilgan. O'shanda hukumat "Ijodiy Millat" (Creative Nation) nomli yangi madaniy siyosatini e'lon qilgan edi. Bu siyosat Avstraliyaga raqamli media orqali yuzaga kelgan global madaniyat to'liqinidan foydalanish va axborot texnologiyalarining yangi imkoniyatlarini o'zlashtirishga yordam berishni maqsad qilgan edi. "Ijodiy Millat" tashabbusi tashqi tomondan madaniy siyosat sifatida taqdim etilgan bo'lsa-da, aslida bu ham madaniy-ijodiy iqtisodiyot siyosati edi.³

Ijodiy ishlab chiqarish – bu inson bilimi, qobiliyati, iste'dodi, tasavvuri hamda tajribasiga tayangan holda yaratilgan, jamiyatning yashashi va taraqqiy etishi uchun zarur boigan boyliklarni yaratish jarayonidir. U turli xil ko'rinishda bo'lishi mumkin. Masalan, jamiyat tomonidan tan olingan yangi bir g'oya, ssenariy asar, spektakl, kino yoki teleko'rsatuv, radio eshittirish, qo'shiq, turli xil shoular va boshqalar shular jumlasidandir. Ijodiy ishlab chiqarish – madaniyat va madaniyatshunoslik sotsiologiyasida keng tarqalgan tushuncha ham zamonaviy jamiyatlarda madaniy boyliklar mavjudligi xususiyatini hamda madaniy ijod xususiyatlarini aks ettiradi.⁴

Hozirgi zamonaviy jamiyatda g'oyalar, siymolar, moddiy-madaniy artefaktlar kabi madaniyat namunalarini saqlash, targ'ib etish va ishlab chiqarish bo'yicha ixtisoslashgan madaniyat va san'at muassasalari tarmog'i shakllanib bormoqda. Bular – muzeylar, kutubxonalar, teatrlar, televideniya, badiiy studiyalar, badiiy-ijodiy jamoalar birlashmalari, ko'rgazma zallari, kinostudiyalar, ommaviy axborot vositalari va boshqalar.

"Ijodiy ishlab chiqarish" atamasining madaniy boyliklarni yaratishga nisbatan qo'llanilishi ijod tushunchasini qayta idrok etishni bildiradi. Ijodiy ishlab chiqarish, moddiy ishlab chiqarish bilan uzviy bog'liqdir. Ya'ni moddiy ishlab chiqarish mahsuli

³ Moore, Ieva. "Cultural and Creative Industries concept—a historical perspective." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 110 (2014): 738-746.

⁴ Haydarov A. Ijodiy ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish, tashkil etish va boshqarish fanidan o'quv qo'llanma. – T.: 2016. - 208 b.





ijodiy ishlab chiqarishga xizmat qilishi mumkin. Misol uchun, biz biror bir qo'shiq yaratishda moddiy ishlab chiqarishning mahsuli bo'lgan vositalarga murojaat qilamiz (cholg'u asboblari, ovoz kuchaytirgich, ovoz yozuvchi uskuna va h.k.).⁵

Ijodiy faoliyatni rejalashtirish, tashkil etish va boshqarishni to'g'ri yo'lga qo'yish hamda amaliyotda ijroni ta'minlashga erishish uchun mas'ul bo'lgan xodimdan, mutaxassis yoki boshqaruvchi rahbardan talab etiladigan o'ziga xos xususiyatlar bor. Bu xususiyatlar mavjud bo'lgandagina ijodiy faoliyatda samaradorlikka, ijobiy natijalarga, qolaversa, muvofaqiyatga erishish mumkin. Tilimizda layoqat, qobiliyat, iste'dod, iqtidor, salohiyat kabi inson tafakkur darajalarini belgilovchi tushunchalar mavjud. Shaxsning muayyan faoliyati yuzasidan layoqati va uning ishni muvofaqiyatli bajarishidagi o'ziga xos imkoniyatlarini ifodalovchi individual ruhiy xususiyatlarga qobiliyat deyiladi. Har bir kishida muayyan soha bo'yicha biror xususiyat boshqalarga qaraganda nisbatan kuchliroq rivojlangan bo'lishi mumkin. Ana shu uning qobiliyatidir. Qobiliyatdagi xususiyatlar tug'ma bo'ladi, shu qobiliyat egasi bilim olishi, malaka xosil qilishi orqali uni takomillashtira borishi yoki aksincha tumballik qilib, bora-bora so'ndirib yuborishi ham mumkin.

Insonning o'z xatti-harakatlariga nisbatan subyektiv munosabatiga iqtidor deyiladi. Iqtidorli insonlar ishda mardlik, chidamlilik, o'zini-o'zi boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlarga ega bo'lishadi. O'z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko'z bilan qaraydilar, doimo olg'a intiladilar, hech qachon erishgan yutiqlari bilan cheklanib qolmaydilar. Har tomonlama rivojlangan, nihoyatda kuchli va takrorlanmas qobiliyatga iste'dod deyiladi. Qobiliyatni tinimsiz mehnat tufayli tarbiyalash, takomillashtirish mumkin. Iste'dodni esa tarbiya bilan vujudga keltirib bo'lmaydi. Qobiliyatli rassom bir necha kunda ishlagan asarni iste'dodli rassom qisqa vaqt ichida yaratishi mumkin. Xalqimizda bir oqqan daryo yana oqadi, degan naql bor. Iste'dod tug'ma, irsiy ne'mat hisoblanadi. Iste'dod egalari kamyob bo'lishadi, alohida-alohida olganda tanho, takrorlanmas deyish mumkin. Demak, iste'dod egasi noyob hodisa ekan, ularni avaylash va qadrlash zarur. Ular millatning yuzi va ma'naviy boyligidir.⁶

Ijodiy ishlab chiqarish – bu iqtisodiy faoliyat turi bo'lib, u yangi g'oya, obraz, dizayn, san'at asari, kontent yoki boshqa intellektual mahsulotlar yaratishga asoslangan. Bu turdagi ishlab chiqarishda mahsulot yoki xizmatning asosiy qiymati uni yaratgan insonning ijodiy salohiyatiga bog'liq bo'ladi.

⁵ O'sha manba. 17-bet.

⁶ Haydarov A. "Ijodiy faoliyatni rejalashtirish va boshqarish". O'quv qo'llanma.-T.: "Kamalak" nashryoti. 2019. – 198 b.





Ijodiy ishlab chiqarish quyidagi sohalarni qamrab oladi:

- ✚ Audiovizual san'at (kino, televideniya, animatsiya);
- ✚ Dizayn (grafik, sanoat, interyer, moda);
- ✚ Raqamli texnologiyalar (video o'yinlar, dasturiy ta'minot);
- ✚ Musiqa va sahna san'ati;
- ✚ Iqtisodiy reklama va targeting;
- ✚ Ommaviy axborot vositalari, nashriyot va jurnalistika.

Ijodiy ishlab chiqarish quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi:

✚ Intellektual mulk mahsuloti – mualliflik huquqi bilan himoyalangan bo'ladi;

✚ Innovatsion yondashuv – doimiy yangilik, kreativlik va o'ziga xoslik asosida yaratiladi;

✚ Bozorning yuqori talabiga ega – ayniqsa, raqamli va onlayn platformalarda tez rivojlanmoqda.

Ijodiy ishlab chiqarish, yuqoridagi jihatlari asosida zamonaviy iqtisodiyotda o'zining o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. Avvalo, bu soha mahsulotlari intellektual mulkka asoslangan bo'lib, mualliflik huquqi bilan himoyalangani, bu esa uning iqtisodiy va huquqiy ahamiyatini oshiradi. Shuningdek, ijodiy ishlab chiqarish doimo innovatsiyaga, kreativlikka va yangilikka intiladi – bu uni boshqa an'anaviy ishlab chiqarish turlaridan ajratib turadi. Bugungi globallashuv va raqamli texnologiyalar davrida bunday mahsulotlarga bozor talabi yuqori bo'lib, ayniqsa, onlayn platformalar orqali tez va keng tarqalmoqda. Shu boisdan ijodiy ishlab chiqarish iqtisodiy o'sishning muhim drayveriga, yangi ish o'rinlari va eksport imkoniyatlarini yaratadigan strategik yo'nalishga aylanmoqda.⁷

Ijodiy mahsulotlar – musiqiy va adabiy asarlar, teatr va kinematografiya mahsulotlarini ishlab chiqarish va iste'mol qilish san'at va madaniyatdan tashqari ishlab chiqarish faoliyatining boshqa sohalariga tegishli mahsulot hamda xizmatlarni iste'mol qilish bilan bir qator o'ziga xos xususiyatlarga ega emas.

Bunday o'ziga xos xususiyatlarning bir qismi sifatida madaniy va ijodiy loyihalar bilan bog'liq juda yuqori xavf darajasini va ijodiy mahsulotni ishlab chiqarish muddati va uning yakuniy qiymati, marketing strategiyasi va noyob xususiyatlarga ega badiiy mahsulotlarni amalga oshirish uchun narx siyosati o'rtasida bevosita aloqaning yo'qligini qayd etish mumkin.⁸ Ammo bu jarayonlar dizaynerlar, musiqachilar,

7 U.G'. Zuunnunova, T.R.Fayziyev. Art marketing. O'quv qo'llanma. Toshkent, "Kamalak" 2019 y., 140-142. b.

8 Todjidinovich, Umid Todjidinov, and J. A. Qo'ldoshev. "Shou biznesda prodyuserni maqsadi va vazifalari" Journal of Innovation, Creativity and Art 3.5 (2024): 65-67.





kinorejissyorlar, rassomlar va boshqa ijodkorlar ishtirokida shakllanadi. Ular o'z mahsulotlarini nafaqat mahalliy, balki xalqaro bozorga ham taklif etish imkoniga egadirlar. Shu bilan birga, bunday mahsulotlar iqtisodiydan tashqari, ijtimoiy va madaniy ahamiyatga ham ega bo'lib, jamiyatda identitet va o'zlikni shakllantirishga xizmat qiladi.

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar yordamida bu sohalar nafaqat an'anaviy madaniyat muassasalari orqali, balki onlayn platformalar, mobil ilovalar, stream xizmatlar kabi yangi media muhiti orqali ham faoliyat olib bormoqda. Bu esa ijodiy ishlab chiqarishni yanada ommaviylashtirish, uni iqtisodiy jihatdan foydali sohaga aylantirish imkonini bermoqda.

Shunday qilib, ijodiy faoliyatning o'ziga xos xususiyatlari (ishlab chiqarish tomondan ham, iste'mol tomondan ham) haqiqiy boshqaruv jarayonlariga, ya'ni badiiy boshqaruvga katta ta'sir ko'rsatadi. Konsert va ko'ngilochar tadbirlarni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlarini tushunish uchun, avvalo, ularning yo'nalishidan qat'iy nazar, barcha boshqaruv jarayonlariga xos bo'lgan umumiy modellarga tayanish kerak.

Ijodiy mahsulotning xususiyatlari biz ko'rib turganimizdek, ijodiy mahsulotlar inson, jarayon va muhit o'rtasidagi o'zaro ta'sirning natijasidir. Shuningdek, biz ijodiy mahsulotlarni belgilaydigan ikkita asosiy xususiyat mavjudligini aytishimiz mumkin, ya'ni yangilik va foydalilik. Ushbu xususiyatlarni qanday o'lchashimiz mumkin va aslida bu shunchalik muhimmi? Birinchidan, ijodiy mahsulotlarni baholashda nimani to'g'ri o'lchash kerak, ikkinchidan, biz narsalarni qanday qilib to'g'ri o'lchashimiz kerak? Birinchisi, mahsulotdagi ijodkorlikning tegishli ko'rsatkichlarini aniqlash masalasi, ikkinchisi – mahsulot ijodkorligini qandaydir obyektiv (odatda raqamli) shaklda ifodalash uchun foydalanadigan usullarimiz va ularning aniqligi to'g'risida.

Ijodiy mahsulotlarning eng asosiy ikki xususiyati o'z navbatida ijodiy mahsulotlarni ajratish va baholashda o'lchash uchun to'g'ri narsalar, birinchi o'rinda yangilik va foydalilikdir. Yangilik, chunki yangiliksiz mahsulotlar eski sharoitlar zanjirida qoladi va o'zgarishlarni rag'batlantiradigan yangi muammolarni hal qila olmaydi.⁹ Foydalilik, chunki bu muammoning har qanday yechimi, avvalo, kerakli natijaga erishishi kerak. Yangi, ammo foydasiz mahsulot soxta ijod namunasi sifatida qaraladi. Bu noodatiy yoki g'ayrioddiy bo'lishi mumkin va uni ijodiy deb o'ylash istagi bo'lishi mumkin, ammo bu muammoni hal qilmagani uchun uni ijodiy mahsulot deb hisoblash mumkin emas. Xuddi shunday, foydali, ammo yangi bo'lmagan mahsulot ham muhim maqsadga xizmat qilishi mumkin bo'lsa-da, ijodiy emas. Mahsulotlar

⁹ Yusupalieva, D. K. "Development of mutually beneficial cooperation of Uzbekistan within the SCO." ISJ Theoretical & Applied Science, 05 (85) (2020): 901-903.





ijodiy deb tan olinishi va o'zgarish natijasida yuzaga keladigan yangi muammolarni hal qilishga qodir bo'lishi uchun mahsulotlar yangilik va foydalilikni birlashtirishi kerak. Ijodkor tadqiqotchilar, shuningdek, ijodga hissa qo'shishi yoki yaxshilashi mumkin bo'lgan mahsulotlarning boshqa sifatlarini taklif qiladilar va o'rgandilar. Masalan, mahsulotning nafisligi – uning qanchalik to'liq, sifatli va yoqimli ekanligi ijodkorlikni tavsiflashda muhim bo'lishi mumkin. Muhandislik sohasida biz tez-tez yaxshi yechim odatda foydali yechimga o'xshaydi, deb aytamiz, foydali (ya'ni samarali) yechimlar xususida taniqli va estetik jihatdan yoqimli narsa bor degan tushunchani qo'lga kiritamiz. Ijodkorlik uchun foydali bo'lgan narsa, foydali bo'lishiga hissa qo'shadigan va kuchaytiradigan har qanday narsa, shuningdek, ijodkorlikda rol o'ynashi kerak. Shuning uchun biz ijodiy mahsulotlarni birinchi navbatda ularning yangiligi va foydaliligini o'lchash orqali baholaymiz va biz ushbu tadbirlarni nafislik va genezis kabi qo'shimcha mezonlarni qo'shish orqali oshirishimiz mumkin. Dastlabki ikkita ko'rsatkich ijodiy adabiyotda keng tan olingan bo'lsa-da, keyingi ikkitasi ko'proq eksperimental xususiyatga ega va mahsulot ijodkorligini o'lchash usulini yaxshilashga qaratilgan tadqiqotlar mavzusi bo'lgan.¹⁰

Mahsulot ijodkorligini baholashning ikkinchi masalasi narsalarni to'g'ri o'lchash – o'lchov usullari va vositalariga tegishli. Mahsulot ijodkorligining aniq o'lchovini ta'minlash uchun ilgari aniqlangan ko'rsatkichlarni qanday ishlatamiz? Ushbu savolning muhim qismi ishonchlilik (ya'ni aniqlik) masalasidir. Mahsulot ijodkorligini baholash uchun qanday usuldan qat'iy nazar, biz uni mahsulot ijodkorligining haqiqiy qiymatini to'g'ri aks ettiradigan qadriyatlarni yetkazib berishni xohlaymiz. Tadqiqotda qo'llaniladigan barcha choralar singari, mahsulot ijodkorligi bo'yicha baholarimiz ham vaqt o'tishi bilan barqaror va izchil bo'lishini istardik. Biroq, bunga berilganidek munosabatda bo'lish bu yerda mahsulot ijodkorligini baholash uchun ko'rsatkichlardan foydalanish usullariga e'tibor qaratish maqsadga muvofiq.

O'tgan 2024-yilning 24-dekabr kuni Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligida Madaniyat vazirligi tomonidan 2024-yilda amalga oshirilgan ishlar sarhisobi hamda 2025-yildagi istiqbolli rejalarga bag'ishlangan matbuot anjumani bo'lib o'tgan edi. Unda, madaniyat vaziri vazir Ozodbek Nazarbekov tomonidan 2024-yilda amalga oshirilgan ishlar haqida ommaviy axborot vositalari vakillariga hisobot berib o'tilgan edi. Anjumanda, madaniyat vazirligi tomonidan madaniy xizmatlar va ijodiy ishlab chiqarish bo'yicha amalga oshirilgan ishlar ta'kidlab o'tilgan edi.

¹⁰ Haydarov A. Ijodiy ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish, tashkil etish va boshqarish fanidan o'quv qo'llanma. – T.: 2016. - 208 b.





Jumladan, Teatr va sirk yo‘nalishida, teatrlarda 10 479 ta spektakl namoyish etilib, ushbu tomoshalarga 3,6 mln nafar tomoshabin tashrif buyurganligi, shuningdek, “O‘zbek sirk” tomonidan 556 ta sirk tomoshalari o‘tkazilib, tomoshalarga 150 ming nafar tomoshabin tashrif buyurganligi, konsert-tomosha yo‘nalishida, 2024-yilda 7 255 ta konsert-tomosha tadbirlari tashkil etilib, 10 mln 37 ming 200 nafar aholi qamrab olingan, madaniyat markazlari va nomoddiy madaniy meros yo‘nalishida, mamlakatimizdagi 837 ta madaniyat markazlari tomonidan joriy yilda jami 26 mingdan ortiq madaniy-ma‘rifiy va konsert-tomosha dasturlari tashkil etilib, 2,5 mln nafar tomoshabin jalb etilgan.¹¹

Madaniyatshunoslik va nomoddiy madaniy meros ilmiy-tadqiqot instituti faoliyati yo‘lga qo‘yilib, nomoddiy madaniy meros namunalarini tadqiq etish maqsadida, 13 ta mahalliy va 1 ta xorijiy folklor ekspeditsiyalar tashkil etilgan va 250ga yaqin nomoddiy madaniy meros namunalarining dastlabki hujjatlari tayyorlangan, internet va ijtimoiy tarmoqlarda targ‘ib etishga qaratilgan 50 ta audiovizual asarlar yaratilgan. Shuningdek, “Rubob yasash va ijrochilik an‘analari” bilan bog‘liq nomoddiy madaniy meros namunasi YUNESKOning xalqaro representativ ro‘yxatiga kiritilgani aytib o‘tildi.¹²

Yuqoridagi keltirilgan ma‘lumotlar ham, madaniy xizmatlar va ijodiy ishlab chiqarish bir-biri bilan uzviy bog‘liqligini, inson kapitalining eng noan‘anaviy, lekin eng samarali shakllaridan biri ekanligini ko‘rsatadi, albatta. Ular nafaqat madaniy merosni asrash hamda uni targ‘ib qilish, balki zamonaviy iqtisodiyotda innovatsion o‘rishni ta‘minlashda ham muhim rol o‘ynaydi. Jahon amaliyotida bu sohalar “ijodiy iqtisodiyot” yoki “madaniy sanoat” deb yuritilib, rivojlangan davlatlar tomonidan ustuvor yo‘nalish sifatida tan olingan.

Zamonaviy jamiyatda ushbu faoliyat turlari muayyan iqtisodiy qiymatga ega bo‘lib, intellektual mulk sifatida huquqiy jihatdan himoyalanaadi. Ularning innovatsion xarakteri va global raqobatbardoshligi tufayli, madaniy va ijodiy sanoatlar ko‘plab rivojlangan davlatlar tomonidan ustuvor yo‘nalish sifatida tan olingan va rivojlantirilmoqda. Shuningdek, ijodiy mahsulotlarni baholash va boshqarish sohasida ilmiy yondashuvlar – mahsulotning yangilik, foydalilik, nafislik kabi mezonlar asosida tahlil qilinishi zarurligini ko‘rsatmoqda. Bu esa ijodiy iqtisodiyotning chuqur ilmiy va amaliy asoslarini shakllantiradi.

Umuman olganda madaniy xizmatlar va ijodiy ishlab chiqarish sohalari nafaqat madaniy merosni asrash va boyitish, balki barqaror iqtisodiy taraqqiyot va

¹¹ Madaniyat vazirligi tomonidan 2024-yilda amalga oshirilgan ishlar sarhisobi hamda 2025-yildagi istiqbolli rejalarga bag‘ishlangan matbuot anjumani. <https://gov.uz/oz/madaniyat/news/view/31286>.

¹² O‘sha manba. <https://gov.uz/oz/madaniyat/news/view/31286>.





raqobatbardosh ijtimoiy muhitni shakllantirishda ham katta ahamiyat kasb etadi hamda ularning nazariy asoslarini chuqur o'rganish va amaliyotga tatbiq etish esa bugungi davr talablariga to'la mos keladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Perviyon, A. O. "Madaniyat muassasalarida ijodiy loyihalar ishtirokchilarining ijtimoiy-madaniy salohiyatini rivojlantirishning nazariy asoslari". – Moskva. Gumanitar fazo 10.7 (2021): 950-958.
2. Juravleva, I. I., E. F. Metelkina. "Xizmat ko'rsatish madaniyati xizmat tizimining bir qismi". Iqtisodiyot va jamiyat 2-5 (11) (2014): 1176-1179.
3. Moore, Ieva. "Cultural and Creative Industries concept—a historical perspective." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 110 (2014): 738-746.
4. Haydarov A. Ijodiy ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish, tashkil etish va boshqarish fanidan o'quv qo'llanma. – T.: 2016. - 208 b.
5. O'sha manba. 17-bet.
6. Haydarov A. "Ijodiy faoliyatni rejalashtirish va boshqarish". O'quv qo'llanma.-T.: "Kamalak" nashryoti. 2019. – 198 b.
7. U.G'. Zuunnunova, T.R.Fayziyev. Art marketing. O'quv qo'llanma. Toshkent, "Kamalak" 2019 y., 140-142. b.
8. Todjidinovich, Umid Todjidinov, and J. A. Qo'ldoshev. "Shou biznesda prodyuserni maqsadi va vazifalari" *Journal of Innovation, Creativity and Art* 3.5 (2024): 65-67.
9. Yusupalieva, D. K. "Development of mutually beneficial cooperation of Uzbekistan within the SCO." *ISJ Theoretical & Applied Science*, 05 (85) (2020): 901-903.
10. Haydarov A. Ijodiy ishlab chiqarish faoliyatini rejalashtirish, tashkil etish va boshqarish fanidan o'quv qo'llanma. – T.: 2016. - 208 b.
11. Madaniyat vazirligi tomonidan 2024-yilda amalga oshirilgan ishlar sarhisobi hamda 2025-yildagi istiqbolli rejalarga bag'ishlangan matbuot anjumani. <https://gov.uz/oz/madaniyat/news/view/31286>.
12. O'sha manba. <https://gov.uz/oz/madaniyat/news/view/31286>.

