

Oriental Journal of Education



CREATIVE CULTURE, THE SPECIFICS OF THE ART INDUSTRY IN MANAGEMENT

Saida Avazovna ErgashevaAssociate Professor of the Department of Culture and
Art Management, Uzbekistan State Institute of Arts and CultureE-mail: ergasheva.saida27@mail.ru

Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: organization, purpose, structure, division of labor, area of control, task, technology, multi-link technology, intermediate technology, intensive technology, people, environment of direct impact, environment of indirect impact.

Received: 27.09.25**Accepted:** 28.09.25**Published:** 29.09.25

Abstract: This article interprets the expression creativity and culture in different ways, as well as the specifics of the art industry in management, but covers related industries. It includes not only cultural networks, but also creative fields such as publishing software, new media, and computer games. right. Today, there are numerous discussions about what is included in "creativity" and "culture" as a result of the expansion of its application. One of the discussions arose due to changes in the concept of creativity regarding the extent to which creativity influences economic growth through innovation, intellectual property, and the knowledge economy.

KREATIV MADANIYAT, SAN'AT INDUSTRIYASINING BOSHQARUVDA O'ZIGA
XOS XUSUSIYATLARI**Saida Avazovna Ergasheva***O'zbekiston davlat san'at va madaniyat instituti**"Madaniyat va san'at menejment" kafedrası dotsenti*E-mail: ergasheva.saida27@mail.ru

Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: tashkilot, maqsad, struktura, mehnat taqsimoti, nazorat sohasi, vazifa, texnologiya, ko'p zvenoli texnologiya, vositali texnologiya, intensiv texnologiya, odamlar, bevosita ta'sir muhiti, bilvosita ta'sir muhiti.

Annotatsiya: Ushbu maqolada kreativ va madaniyat, san'at industriyasining boshqaruvdagi o'ziga xos xususiyatlari iborasi turli-tuman tarzda talqin qilinadi, lekin bir biriga bog'liq sohalarni qamrab oladi. Uning tarkibiga nafaqat madaniyat tarmoqlari, balki dasturiy ta'minotga oid nashriyotning dasturiy ta'minoti, yangi OAV va kompyuter o'yinlari kabi kreativ sohalar ham kiradi. to'g'ri keladi. Bugungi

kunda uning qo'llanilishining kengayishi natijasida "kreativ" va "madaniyat" tarkibi nimalarni o'z ichiga olishi xaqida ko'plab munozaralar olib borilmoqda. Munozaralardan biri kreativlik tushunchasidagi o'zgarishlardan kelib chiqib, ijodkorlik qanchalik innovatsiyalar, intellektual mulk va bilimlar iqtisodiyoti orqali iqtisodiy o'sishga ta'sir etishi bilan bog'liq.

КРЕАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, СПЕЦИФИКА ИНДУСТРИИ ИСКУССТВА В УПРАВЛЕНИИ

Саида Авазовна Эргашева

Доцент кафедры «Менеджмент в сфере культуры и искусства»

Ўзбекского государственного института искусств и культуры

E-mail: ergasheva.saida27@mail.ru

Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: организация, цель, структура, разделение труда, область контроля, задача, технология, многозвенная технология, промежуточная технология, интенсивная технология, люди, среда прямого воздействия, среда косвенного воздействия.

Аннотация: В данной статье поразному трактуется выражение креатив и культура, специфика индустрии искусства в управлении, но охватывает смежные отрасли. Он включает в себя не только культурные сети, но и творческие области, такие как издательское программное обеспечение, новые СМИ и компьютерные игры. правильно. Сегодня ведутся многочисленные дискуссии о том, что входит в состав "креатива "и" культуры " в результате расширения его применения. Одна из дискуссий возникла из-за изменений в концепции креативности в отношении того, насколько креативность влияет на экономический рост за счет инноваций, интеллектуальной собственности и экономики знаний.

Kirish. Kreativ va madaniyat, san'at industriyasining boshqaruvida AQShning notijorat art industriyasi 2005 yilda iqtisodiyotga \$166.2 mlrd. daromad keltirdi, 2000 yilga nisbatan bu ko'rsatkich 25% ga o'sgan. Yillik ko'rsatkichda esa 11 %ni tashkil etib, YaIM ko'rsatkichi 12,5%ga yaqin bo'lgan. Notijorat san'at va madaniyat tashkilotlari xarajatlari 2000 va 2005 yillar mobaynida 18.6%ga ya'ni \$53.2 mlrd.dan \$63.1mlrd.ga oshishi kuztildi. Tomoshalarga bo'lgan talab 28% o'sdi, \$80.8 mlrd.dan \$103.1 mlrd.ga. Ushbu industriya 5.7 mln. ish o'rinlari bilan ta'minladi. Bundan tashqari madaniyat va kreativ industriya yiliga mahalliy, shtat va federal xukumatga 30 mlrd. dollarga yaqin tushum olib kelar ekan. San'at va madaniyat tashkilotlari tomoshabinlarga turli tadbirlarni taqdim etib, restoran, otel, chakana savdo va boshqa mahalliy

biznes sub'ektlari faoliyatga o'z xissasini qo'shadi. Masalan, qandaydir bir tomoshaga kelgan odamlar mashinasini parkovka qilish uchun garajdan foydalanishi, shundan keyin restoranda ovqatlanishi mumkin. Odatiy tashrif buyuruvchi chiptadan tashqari o'rtacha \$30 ishlatadi.

Turistlar mahalliy ist'emolchilarga qaraganda ikki barobar ko'proq xarajat qilar ekanlar. Xalqaro shaharlar yangi faoliyat turlarini jalb etishda raqobatlashmoqdalar. San'at rivojlana borar ekan, kreativlik va innovatsiyalarni ham keltirib chiqaradi, bu esa global iqtisodiyotni xarakatlantiruvchi kuchdir. San'at va madaniyat ishchi kuchi unimdorligini qo'llab quvvatlaydi. San'at bilan bog'liq bo'lish tanqidiy fikrlash, muammoni kreativlik bilan hal etish va kommunikatsiya layoqatini rivojlantirishga yordam beradi. Bunday ko'nikmalar intellektual qobiliyat va farovonlikni ta'minlaydi. Badiiy va madaniy ta'lim milliy ish kuchi samaradorligi va egiluvchanligini takomillashtirishda uning unimdorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatish, uzoq muddatli xotirjamlikni ta'minlash va xuquqbuzarlik holatini kamaytirish orqali ko'maklashadi. Mehnat resurslarining oshishi AQShda 10%ga kutilmoqda, san'at va madaniyat sohasida esa professional va daxldor xizmat ko'rsatuvchi kasblarning 11%ga o'sishi mo'ljallanmoqda: muzey texniklari va konservatorlari 26%, kuratorlari 23%, rassom, xaykaltorosh va ilustrator 12%, musiqa direktori va bastakorlar 10%, prodyuser va direktorlar 10%, sanoat dizaynerlari 9%ga. Butun dunyoda bunday o'sish tendensiyasi kuzatilmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. (Literature review). Kreativ va madaniyat, san'at industriyasining boshqaruvdagi o'ziga xos xususiyatlari tobora yuqori bosqichga ko'tarilmoqda. San'at va madaniyat sektorlarining ulushi YaIMda 0.4% tashkil etdi. Bu industriya 300.000ta ish o'rinlarini xosil qiladi, bu esa mehnat bozorining 1.1%ga to'g'ri keladi. San'at va madaniyat industriyasida ish xaqi mamlakat o'rtacha ish xaqi £26,095dan 5%ga yuqori. Xar bir sarflangan £1 ish xaqi iqtisodiyotga qo'shimcha £2.01 olib keladi. San'at va madaniyatning tijorat kreativ industriyalarni qo'llashdagi roli quyidagicha aniqlandi: Buyuk Britaniya bandligining 5%ni, YaIMda 10%ni, xizmatlar eksportida 11%ni tashkil etadi.

Kreativ va madaniyat, san'at industriyasining boshqaruvdagi o'ziga xos xususiyatlari iborasi turli-tuman tarzda talqin qilinadi, lekin bir biriga bog'liq sohalarini qamrab oladi. Uning tarkibiga nafaqat madaniyat tarmoqlari, balki dasturiy ta'minotga oid nashriyotning dasturiy ta'minoti, yangi OAV va kompyuter o'yinlari kabi kreativ sohalar ham kiradi. Bu sohalar ijodkorlik va intellektual mulk bilan aniqlanadi. Yevropada ushbu sohada 6,576,558 odam band bo'lib, mehnat bozorining 2.71%ga to'g'ri keladi.

Musiqa, raqs, teatr, adabiyot, tasviriy san'at, ijro san'ati, hunarmandlik, videoart, kompyuter multimedia art kolleksioner, dizayner, promouter, agent, noshir, chakana savdo, ovoz yozish studiyalari, distribyuterlar magazinlar, ko'rgazma zallari, ijro etish maydonlari, kitoblar,

televidenie, radio, film, reklama, feshn, turizm, arxitektura art menejment va tadbirkorlik kreativ va madaniyat art industriyasi -doimo kengayib borayotgan global va lokal biznes sektoriga taaluqli.

Global bozor miqyosida ushbu soha 2005-yilda 1.3.trln. ortiq US\$ni tashkil etdi, YaIMda esa AQSh va Buyuk Britaniyaning ko'rsatkichlari 7%dan,Osiyo davlatlarining 3%gacha tebranishi kuzatildi. Uning iqtisodiy hissasidan tashqari, kreativ va madaniyat art industriyasining ijtimoiy va shaxs farovonligi o'lchovi sifatida amal qilishini ko'rish mumkin. Bilimlarga asoslangan iqtisodiyotda tovarlar ishlab chiqarishda va raqobatbardoshlik afzalligiga erishishda asosiy resur deb bilimlar qo'llaniladi, ushbu atama P.Darker tomonidan kiritilgan. Kreativ va madaniyat industriyasi jamiyat va shaxs farovonligi ko'rsatkichi funksiyasini ham amalga oshiradi, hamda innovatsiya va texnologiyalarni talab etadigan bilimlar iqtisodiyotining tarkibiy qismi ham xisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Bugungi kunda uning qo'llanilishining kengayishi natijasida "kreativ" va "madaniyat" tarkibi nimalarni o'z ichiga olishi xaqida ko'plab munozaralar olib borilmoqda. Munozaralardan biri kreativlik tushunchasidagi o'zgarishlardan kelib chiqib, ijodkorlik qanchalik innovatsiyalar, intellektual mulk va bilimlar iqtisodiyoti orqali iqtisodiy o'sishga ta'sir etishi bilan bog'liq. Kreativ industriya "kelib chiqishi individual kreativlik, mahorat va qobiliyatga asoslangan, intellektual mulkni shakllantirish va qo'llash orqali moddiy boyliklar, hamda ish o'rinlarini yaratadigan sohalar"ga diqqat e'tiborini qaratadi.

Madaniyat va san'at esa kreativ va madaniyat industriyasidagi elementlarni hosil qiladi. Biroq madaniyat industriyasi uni boshqarish va unga yondashishi bilan kreativ industriyasidan ancha farq qiladi. Kreativ industriyani ko'proq tadbirkorlikda, reklamadan tortib texnik ishlanmalarda ko'rish mumkin. Madaniyat industriyasi o'z ichiga ijodkorlik va intellektual mulkchilik kabi tomonlarni qamrab oladi. Menejning majburiyati tashkilot maqsadlariga erishishda resurslardan samarali va oqilona foydalanishni ta'minlashdir. Menejer faoliyatini bir tomnlama ko'rib chiqib bo'lmaydi. Ushbu shaxsdan keng qamrovli bilim va ko'nikmalar talab qilinadi. Ayrim tadqiqotchilar rahbar ega bo'lishi kerak bo'lgan bilim va ko'nikmalarining uzundan uzun ro'yxatlarini tuzib kelmoqdalar. Richard L.Daft bo'yicha ularni uchta turkumga ajratish mumkin: konseptual, insoniy va texnik ko'nikmalar. Ularning zarurat darajasi menejer xizmat pog'onasiga qarab o'zgaradi.

Tahlil va natijalar. Konseptual ko'nikmalar- bu tashkilotni bir butunlik xolda idrok etish va shu bilan birga tashkilot bo'laklarining o'zaro bog'liqlarini aniq ajrata olishga qaratilgan insonning bilish (kognitiv) qobiliyati. Bunday ko'nikmalarga menejning fikrlashi, qabul qilinayotgan axborotga ishlov berish mahorati va rejalashtirishga oid qobiliyati ham kiradi. Menejer tashkilotda firma har bir bo'limining o'rni, kompaniyaning tarmoq, jamiyat va yanada kengroq ishbilarmonlik hamda ijtimoiy muhitdagi ahvoli haqida tasavvurga ega bo'lishi kerak. Buning uchun shaxsdan strategik fikrlash qobiliyatini talab qiladi.

Konseptual ko'nikmalar barcha pog'onadagi menejerlarga darkor, lekin ular yuqori pog'ona menejerlar uchun alohida ahamiyatga egadir. Ushbu menejerlar vujudga kelayotgan har bir vaziyatning mohiyatini anglash, muhim omillarini belgilash va voqeaning keyingi rivojini oldindan ko'ra bilishlari bugungi zamon talabidir.

Insoniy ko'nikmalarda menejerning insonlar bilan ishlash qobiliyati tushuniladi. Menejerning insoniy ko'nikmalarga ega bo'lishi bo'ysinuvchilarni o'zligini isbotlashga motivlashtirish va ularning tashkilot faoliyatiga jalb etilganligini rag'batlantirishida namoyon bo'ladi. Bunday menejer boshqa odamlar bilan yaxshi o'zaro munosabatda bo'la oladi.

Insoniy ko'nikmalarning ahamiyati tobora o'sib borishiga globallashtirish jarayonining tez sur'atda borishi, ishchi kuchidagi turli-tumanligining darajasi oshishi, hamda yuqori malakali mutaxassislar uchun raqobatning kuchayishi turtki bo'lmoqda. Zamonaviy menejerlar bo'ysinuvchilarning nafaqat birgina moddiy ehtiyojlari balki ularning emotsional talablarini ham hisobga olishlari kerak. Bugungi kunda bo'ysinuvchilar boshqaruvchidan liderlik, xurmat va maksimal tarzda tashkilot faoliyatiga ko'maklashish imkoniyatini berishini kutmoqdalar. Insoniy ko'nikmalar barcha pog'onadagi, ayniqsa har kuni ishchilar bilan bevosita aloqada bo'ladigan menejerlar uchun muhim ahamiyatga ega bo'lib kelmoqda.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda menejerlar tomonidan bunday rollarni amalga oshirilishi boshqa insonlar bilan o'zaro munosabatlarga urg'u berilishi va insoniy ko'nikmalarning qo'llanilishini taqozo qiladi. Boshliq rovida menejer tomonidan tantanali va ramziy tadbirlarni o'tkazish, mehmonlarni kutish, yuridik hujjatlarni imzolash kabi harakatlar tushiniladi. Ma'lum lavozimni egallab turib, menejer butun bir firmani taqdim etadi. Misol tariqasida, menejerlar eng yaxshi xodimlarini mukofotlashini ko'rsatish mumkin. Lider roli menejerdan bo'ysinuvchilarni motivlashtirish, kommunikatsiyani amalga oshirish va ta'sir ko'rsata olishga qaratilgan harakatlarni taqozo etadi. Menjer bog'lovchi bo'g'in sifatida tashkilotning ham ichki ham tashqi muhitida axborot aloqalarning barqarorligini ta'minlaydi.

Qarorlar qabul qilish bilan bog'liq rollar peshsahnaga menejer oldida tanlash yoki xarakat qilish zarurati tug'ilganda chiqadi va odatda undan konseptual va insoniy ko'nikmalarni talab qiladi. Tadbirkor roli o'zgarishlarni o'z tashabussiga olishda namoyon bo'ladi. Menejerlar doimo kelajakni bugungi kunga aylantirish haqida o'ylaydilar. Joriy muammolarni hal etish uchun intilish ularda kamchiliklarni bartaraf etish harakatining tashabussini uyg'otadi. "O't o'chiruvchi" roli tortishuv va boshqa muammolarni hal qilish, bo'ysinuvchilar o'rtasida vujudga kelgan ixtiloflarni yechish, tashqi muhit keskin o'zgarishlariga moslashish kabi harakatlarda aks etadi. Resurslarni taqsimlovchi roli mehnat resurslari, vaqt, moliyaviy resurslarni eng maqbul va maqsadga muvofiq tarzda qo'llash qarorlari bilan bog'liq. Menejer qanday loyihaga mablag' ajratishi yoki xaridorlarning qaysi shikoyatlarini birinchi navbatda ko'rib chiqishi kerakligi haqida qaror chiqarishi lozim.

Muzokaralarda qatnashuvchi roli menejerga belgilangan natijalarga erishishda ko‘maklovchi kommunikatsiyalarni amalga oshirish va bitimlar tuzishda namoyon bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Haydarov A. – Siyosiy madaniyat mas’uliyati. O‘quv-qo‘llanma. T.: – «Tafakkur», 2009.
2. Qoraboyev U. Etnokultura. Darslik. – T.: 2005.
3. Qoraboyev U. – Madaniyat masalalari. O‘quv qo‘llanma. – T.: 2009.
4. Qoraboyev U. – O‘zbek xalqi bayramlari. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Sharq» nashriyot-matbaa aksiyadorlik kompaniyasi bosh tahririyati, 2002.
- 5.5. Qoraboyev U. O‘zbekiston madaniyati. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Tafakkur bo‘stoni», 2001.
6. Madaniyat va san’at atamalarining izohli lug‘ati. B.S.Sayfullayev tahriri ostida. – Toshkent: G‘afur G‘ulom nomidagi NMIU, 2015. – 352-b.
7. Ahmedov F.E. Ommaviy bayramlar rejissurasi asoslari. Darslik. – Toshkent: «Aloqachi», 2008. – 424 b.
8. Haydarov A. Ijodiy faoliyatni rejalashtirish va boshqarish. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Kamalak» nashriyoti. 2019. – 198 b.
9. Haydarov A. Madaniyat – milliy yuksalish poydevori. – Toshkent: «Oltin meros press». 2021. – 478 b.
10. Nemis xalq universitetlari assotsiatsiyasining (DVV) O‘zbekistondagi filiali. Madaniyat markazlarida barcha uchun ta’lim va rivojlanish imkoniyatlarini yaratish”.–T.: “Fan va texnologiyalar nashryoti-matbaa uyi” 2020-y.
11. Xolov A. “Boshqaruv qarorlari ijrosini ta’minlashda rahbar mas’uliyati” Risloa. –T.: “Akademiya” nashryoti. 2013.124 b.
12. E.G‘. Nabiyeu, D.N. Rahimova, Sh.N. Mavloniy. Zamonaviy menejment nazariyasi va amaliyoti. // O‘quv qo‘llanma. – T.: “Akademiya” nashriyoti, 2006. – 252 b.
13. K.B. Axmedjanov, A.X. Xolov. Yosh rahbar kadrlarda samarali qaror qabul qilish ko‘nikmasini shakllantirish. // O‘quv qo‘llanma. – T.: “Tafakkur qanoati” nashriyoti, 2020. 96 b.