

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. Т., 2018.11-17 б.
2. Каримов И.А. Юксак маънавият-енгилмас куч. Тошкент.: Маънавият, 2008. 176 б.
3. Муаллифлар жамоаси. Фалсафа қомусий луғат. Т., 2004. 74-108.

Ж. Мўминов, илмий раҳбар И.М. Арзиматова  
Фарғона давлат университети  
Фарғона, Ўзбекистон  
arzimatova1969@gmail.com

### ЎЗБЕКИСТОНДА БОЗОР МУНОСАБАТЛАРИ ШАРОИТИДА БАДИИЙ-ЭСТЕТИК МАДАНИЯТНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

**Аннотация.** Мақолада Ўзбекистонда бозор муносабатлари шароитида бадиий-эстетик маданиятнинг ривожланиш хусусиятлари, социомаданий соҳада маркетингни қўллаш, маданий-маърифий муассасалар фаолиятида маркетинг хизматидан фойдаланиш ҳақида сўз кетган.

**Калит сўзлар:** бозор муносабатлари, бозор иқтисодиёти, маркетинг, бадиий-эстетик маданият, социомаданий соҳа, санъат, объект ва субъект, компонент.

Ж. Муминов, научный руководитель И.М. Арзиматова  
Ферганский государственный университет  
Фергана, Узбекистан  
arzimatova1969@gmail.com

### ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности развития художественно-эстетической культуры в условиях рыночных отношений в Узбекистане, использования маркетинга в социокультурной сфере и использования маркетинговых услуг для культурно-просветительской деятельности.

**Ключевые слова.** Рыночные отношения, рыночная экономика, маркетинг, художественная, эстетическая культура, социокультурная сфера, искусство, объект и субъект, компонент.

Ўзбекистон Республикасида бозор муносабатларига асосланган янги жамият мустаҳкам маънавий-ахлоқий қадриятлар негизида барпо этилмоқда. Ислохотларнинг таркибий қисми сифатида бадиий-эстетик маданият соҳасида юз бераётган ижобий ўзгаришлар, уларнинг ижтимоий, инсоний моҳияти эркин фуқаро шахси камолоти, ижодий қобилият, истеъдод ва иқтидори уйғунлигида намоён бўлмоқда. Бозор иқтисодиёти шароитида нафақат санъаткорлар, бадиий маданият ихлосмандлари, шу билан бирга, ижодий уюшмалар олдида ҳам янгича муносабатларга мослашишдек мураккаб вазифалар туради. Табиийки, ёзувчилар, композиторлар, театр арбоблари, меъморлар, киночиларнинг уюшмалари бозор иқтисодиёти ва рақобат шароитида ўз фаолиятларини давом эттиришга даъват этилган. Улар жамоатчилик билан алоқаларни ўзаро моддий манфаатдорлик асосида

кенгайтириши, корпорациялар, фирмалар, шунингдек, алоҳида тадбиркор, ҳомийларнинг қўллаб-қувватлашларини ташкил этишга алоҳида эътибор беришлари лозим.

Бироқ булар ёрдамида яратиладиган асарлар бозорнинг шунчаки қўпол мақсадларига эмас, балки миллий истиқлол манфаатларига, халқнинг ўзлигини англаш ғояларига хизмат қилиши лозим. Уюшмалар бадиий маҳсулотлар бозори талабларига мувофиқ ижодий жараёнларни қўшимча маблағ билан таъминлаш соҳасида уларни излаб топиш ҳамда мавжудларидан оқилона фойдаланишда фаолиятларини кенгайтиришлари тақозо этилади. Бу жиҳатдан Бадиий Академия, телевидение, шунингдек, мусиқа арбоблари [1] яхши имкониятларга эгадир. Хорижга сотиш учун харидоргир, юксак бадиий, рақобатбоп маҳсулотлар етиштириш, бюджетдан ташқари тематик, муаммоли изланишларни амалга ошириш, юртимиз ҳамда чет эл инвесторлари эътиборини ўзига жалб этадиган илмий тадқиқот ишларини амалга ошириш, кўргазмалар, фестиваллар ташкил этиш-буларнинг барчаси давлат бюджетидан эркин бўлишга олиб келадиган реал имкониятлардир.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётини мустақамлашнинг гарови сифатида социомаданий соҳада маркетингни қўллаш оқибатида инновацион жараёнлар юз бермоқда, янгидан янги маданият муассасалари-оилавий музейлар, оилавий бадиий ижодкорлик дасталари, театр-студиялари, хусусий коллекционерлик фондлари ва нумизматлар, расмчи галлереялар, маданий хордиқ чиқаришнинг ижара зоналари, библиографик, нашриёт, таржимончилик, сайёҳлик ва маданий соғломлаштириш хизматлари таркиб топмоқда. Шоу-бизнеснинг тижорат соҳалари–рекламани ташкил этиш, мусиқий техникавий воситаларни сотиш шаклланди, аудиокассеталарни, CD-дискларни, аудио ва видео ёзиш, ишлаб чиқариш ва сотиш билан шуғулланадиган хусусий фирмалар пайдо бўлди [2].

Маълумки, маданият муассасалари давлат томонидан қонунлаштирилган муайян стратегик вазифаларни адо этади, бу ташкилотлар сифатида омма билан ишлаш, халқ бадиий-ижодкорлик истеъдоди, қўшиқчилик, рақс, актерлик, бадиий ўқиш каби қобилиятларни рўёбга чиқариш, бўш вақтни мазмундор ўтказиш каби ишларни амалга оширади, халқнинг янги руҳ, ғоялар билан суғорилган илғор анъаналарини давом эттиришга даъват қилинади.

Бу жиҳатдан маданиятшунос В.А.Алемасов илмий изланишларида маданий-маърифий муассасалар фаолиятида маркетинг хизматидан фойдаланиш юзасидан муҳим амалий тавсиялар берилади. Тадқиқотчи фикрича, бу жараённинг муҳим томони шундаки, маркетинг шароитида муассасаларни моддий таъминлаш манбалари ўзгариб туради, фаолиятнинг ҳажми конкрет маблағ билан таъминланишни талаб қилади, лекин муассасалар объекти билан субъекти ўртасидаги алоқа тегишли тармоқ билан меъёрлаштирилмайди. Бу муаммоларни ижобий ҳал этиш муассасалар ташаббускорлиги ва ижодий фаолияти соҳасини кенгайтиради, тадбиркорликка йўл очади. В.А. Алемасов томонидан таҳлил этилган Тошкент шаҳридаги ишбилармон аёллар клуби, компьютер ўйинлари маркази фаолияти [3] бунинг ёрқин исботидир.

Маркетинг хизмати шароитида бадиий фаолиятни ихтисослаштириш муҳим роль ўйнайди. Буни бадиий ижодкорликнинг оилавий жамоалари орасида анъана тусини олганлигида кўришимиз мумкин. Мамлакатимизда, масалан, фақат мусиқа чолғулари билан шуғулланувчи гуруҳ, дасталар кўпчиликини ташкил этади, уларнинг ижодий фаолияти туфайли унутилиб кетаётган, қадимий мусиқа чолғулари қайта тикланмоқда. Жумладан, Фарғона водийсида қадимдан удум бўлган металлчилик, яъни мис-лаганларда ва уриб-пуфлаб чалинадиган чолғуларда куй ижро

этувчиларнинг кўплаб оилавий сулолалари ҳозирги кунда кенг фаолият кўрсатиб келмоқда.

Кузатувчилар фикрича, оилавий чолғу дасталарининг аксарияти қадимий ўзбек мусиқа асбобларидан сурнай, карнай, ноғора ва чилдирма тўртлиги билан ижро этишга ихтисослашган. Айниқса, Тошкент шаҳрида баъзи оилаларнинг уч-тўрт авлоди ижрочиликнинг шундай тури билан шуғулланиб келишади. Оилавий дасталар «Алла», «Тўй маросимлари қўшиқлари» танловлари, ижодкор шоир-бахшилар, миллий томоша санъати усталари, дорвоз-полвонлар танловлари, катта ашула, фольклор-этнографик жамоалар, аскиячилар ва бошқа санъат соҳибларининг кўрик-танловларида ҳам фаол иштирок этишади [4].

Бадиий маданият ва унинг фаолиятини бозор иқтисодиёти шароитида бошқаришда жаҳон тажрибасидан кенг ўрин олган продюссерлик (бирор кинокомпания фильмларининг ғоявий-бадиий ва ташкилий-молиявий томонларини назорат қиладиган шахс фаолияти) Ўзбекистонда ҳали унча ривожини топмаганлигини таъкидлаш лозим. Ҳар ҳолда бадиий қадриятлар бозорининг энг муҳим элементи ҳисобланган шоу-бизнес соҳасида муайян силжишлар кўзга ташланмоқда. Чунончи, бирор бир хонанда ёки эстрада гуруҳининг янги дастури ёки CD-дискнинг пайдо бўлиши видеоклиплар яратиш, телевидение, радио ва газетада рекламалар бериш, плакатлар чоп этиш, календарлар тайёрлаш билан боғлиқ бўлиб, ўз ичига ўзаро алоқадор, доимий ҳаракатдаги яхлит механизмни қамраб олади.

Барча компонентларнинг шоу-бизнесда ўзаро мувофиқлашиши ҳамда амал қилиши жараёнини айна менежерлар таъминлайдилар. Улар оммага «эйр плей» деб номланган янги қўшиқ ёки радиоканал дастурларини биринчи бўлиб тақдим этади. Ўзбек ва чет эл эстрадаси хонандаларининг янги қўшиқларини мунтазам тарғиб қилиш билан шуғулланадиган бундай радиоканаллар қаторига «Водий садоси», «Ўзбегим таронаси», «Ҳамроҳ», «Ёшлар» ва бошқаларни киритиш мумкин. Янги асарлар муаллифлари диджейлар номи билан юритиладиган эшиттириш, обдон ўйлаб кўрилган усуллар, хусусан, радио-ўйинлар орқали тингловчиларга етказилади ва бу нарса мухлисларда муайян қизиқиш уйғотади. Буни социологик тадқиқот натижалари ҳам тасдиқ этади. Шунинг учун аҳоли ўртасида ўтказилган савол-жавоб натижаларига кўра, «Водий садоси» радиостанциясини мунтазам 32,1 фоиз, вақти-вақти билан эшитувчилар 30,9 фоизни ташкил этади, умуман радиостанция тингловчилар орасида улар биринчи ўринда туради. Иккинчи ўриндаги «Ёшлар» радиостанциясини доимий равишда 26,7 фоиз, вақти-вақти билан 29,6 фоиз аҳоли тинглайди. Кейинги ўринларни тегишли тарзда «Орият садо», «Машъал», «Сезам», «Ўзбегим таронаси» радиостанциялари ташкил этади [5]. Юқоридагилар кўрсатадики, бадиий маданиятнинг таркибий қисми сифатида уни халқ оммасига етказишнинг ранг-баранг усул ва воситаларидан самарали фойдаланиш имкониятлари етарлидир.

Бу ўринда рекламанинг бадиий-эмоционал таъсир кучини алоҳида қайд этиш лозим. Дарҳақиқат, реклама бугун кишиларимизнинг иқтисодий ва маданий ҳаёти, маданияти, айниқса, эстетик диди шаклланишига таъсирини ўтказмоқда. Бунда телевидение, радио, газета-журналлар, тарғибот ўрнатгичлар, жамоат транспорти бекатларидаги кўргазмаларнинг алоҳида ўрни бор. Айна пайтда, рекламалар орқали тарғиб этилаётган бадиий маданият намуналари кишиларда турлича таассуротлар ҳам туғдирмоқда. Психолог Л.И.Каримованинг тадқиқотларига кўра, телевидениеда миллий маданият, радиода концертлар, артистлар, журналларда рангли-бадиий суратлар, реклама ўрнатгичларда концерт афишалари респондентларда ижобий, шунингдек, телевидениеда айна бир санъаткорни турли рекламаларда кўрсата бериш, радиодаги такрорлар, журналларда дизайн эстетикасининг етишмаслиги, тарғибот ўрнатгичларда ғарбга тақлидчилик салбий таассурот уйғотади [6].

Мамлакатимиз ҳаётида бу соҳада ижобий силжишлар юз бераётганлиги ўз-ўзидан равшан. Маънавий жараёнларга бозор дастакларининг изчил татбиқ этилиши хорижий инвесторлар фаоллигини юзага келтираётганлиги ҳам маълум. Чунончи, бир қатор чет эл концернлари жамоа ҳамда давлат ташкилотлари ташаббусини қўллаб-қувватлаб, ўзаро манфаатдорлик асосида Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш мақсадида меъморчилик ёдгорликлари ҳамда маданий-тарихий зоналарни бадиий-эстетик жиҳозлаш ва тиклаш ишида қатнашишни ихтиёр этишган.

Халқаро ташкилотлар, шулар жумласидан ЮНЕСКО, Бухоро, Самарқанд, Хива, Қўқон, Шаҳрисабз каби шаҳарларда жойлашган жаҳон аҳамиятига молик меъморчилик ёдгорликларини тиклаш ва таъмирлашда инвестиция маблағлари келиб тушишига таъсир кўрсатмоқда. Чунончи, ЮНЕСКО билан Ўзбекистон маданият ишлари вазирлиги ўртасида «Чор Минор мадрасасини тезлик билан тиклашга ёрдам кўрсатиш» тўғрисида 1997 йилда тузилган шартномага мувофиқ 42 млн. АҚШ доллари ҳажмида ҳомийлик ёрдами олинган [7].

Ўзбекистон маънавий ҳаётининг барча соҳаларида бўлганидек, унинг бадиий маданияти муҳим ўзгаришларни бошидан кечирмоқда, бу нарса унинг жаҳон бадиий маданияти саҳнасига юксак миллий бадиий қадриятлар орқали чиқишга йўл очмоқда. Бу жараён республикамизда эндигина шаклланиб келаётган бадиий қадриятлар бозори фаолиятида реал кўзга ташланмоқда. Кинорежиссёр Ж.Қосимовнинг таъкидлашича, масалан, бадиий кино санъати моддий фойда кўрадиган соҳага айланиши, бу соҳада ҳақиқий бизнес бозори шаклланиши учун икки муҳим нарса талаб қилинади. Биринчидан, мамлакат ичкарасида мукаммаллашган кинопрокат фаолиятини ташкил этиш, бунда нафақат кино асари юксак дид талабларига жавоб бериши, шу билан бирга, уни тамошабинлар томонидан идрок этиш учун ҳам замонавий шарт-шароитлар яратишга эҳтиёж туғилади, иккинчидан, киномаҳсулотларнинг чет элга чиқишига эришиш муаммосини ижобий ҳал этиш вазифаси туради. Бунинг учун жаҳон эътироф этган меъёрлар-киноасма ва овоз сифати, тасвирларнинг ўта аниқлиги талаблар даражасида бўлиши лозим, бунда янги техникавий жиҳозлар ўта зарурдир, ҳозирча фақат «Дилхирож» фильми бу талабларга жавоб берганлиги учун чет элга сотилди [8].

Шундай қилиб, бадиий маданиятнинг иқтисодий омиллари деганда, унинг амал қилиш ва ривожланишини таъминлайдиган моддий-молиявий воситалар, маблағлар, бу соҳада тадбиркорлик ва ишбилармонлик, ҳомийлик ва инвестиция имкониятлари, шарт-шароитлари, уларнинг ижтимоий-сиёсий ва ҳуқуқий таъминланганлик ҳолати тушунилади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Экономическое обозрение. 2005, № 8, С. 65.
2. *Мулложонов Д.* Узбекская музыкальная эстрада в системе шоу-бизнес. // Общественное мнение. Права человека. 2003, N 2, С. 38.
3. *Алемасов В.А.* Особенности развития культурно-просветительских учреждений в условиях перехода Узбекистана к рыночным отношениям. Автореф. дисс... д-ра филос.наук. Т.: 2001, УзМУ, С. 26.
4. *Иноятлов М.* Оила, ижод, тарбия ва маънавият. Т.: Шарқ, 2000, Б.102-103.
5. *Убайдуллаева Р.* Электорат Узбекистана в преддверии выборов в двухпалатный парламент (социологический анализ) // Общественное мнение. Права человека. 2004, № 4, С.78.
6. *Каримова Л.И.* Социальная психология и реклама. Т.: Изд.-полиграф. дом им. Г.Гуляма., 2004, С.62-69.
7. *Абдурахимов Б.* Культура как объект инвестирования. Т., 1998, С.58.

8. Касымов Ж. Трудная дорога к зрителю // Экономическое обозрение. 2006, № 1, С.92-96.

Б. Турсунов, илмий раҳбар Ф.Қ. Ибрагимова  
Фарғона давлат университети  
Фарғона, Ўзбекистон

### **БАДИИЙ МАДАНИЯТ ЯНГИЛАНИШИ ВА ТАРАҚҚИЁТИДА ИҚТИСОДИЙ ОМИЛЛАРНИНГ ЎРНИ**

**Аннотация.** Мақолада бозор муносабатларига асосланган янги жамият, Ўзбекистон Республикасининг бозор иқтисодиётига ўтишида бадиий маданиятнинг янгилалиши, унинг иқтисодий омиллари ҳақида сўз юритилган.

**Калит сўзлар:** бозор иқтисодиёти, бозор муносабатлари, янги жамият, бадиий маданият, маънавий-ахлоқий қадриятлар, маданий мерос, тарақиёт, маркетинг.

Б. Турсунов, научный руководитель Ф.К. Ибрагимова  
Ферганский государственный университет  
Фергана, Узбекистан

### **РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ОБНОВЛЕНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

**Аннотация.** В статье рассказывается о новом обществе, основанном на рыночных отношениях, возрождении художественной культуры и ее экономических факторах при переходе Республики Узбекистан к рыночной экономике.

**Ключевые слова:** рыночная экономика, рыночные отношения, новое общество, художественная культура, духовно-нравственные ценности, культурное наследие, маркетинг развития.

Ўзбекистон Республикасида бозор муносабатларига асосланган янги жамият мустаҳкам маънавий-ахлоқий қадриятлар негизидан барпо этилмоқда. Ўзбекистон Республикасининг бозор иқтисодиётига ўтиши бадиий маданиятнинг янгилалиши билан бевосита алоқадор унинг бошқариш соҳасини тубдан ислоҳ қилиш заруриятини келтириб чиқаради. Бинобарин, маънавий ва маданий-маърифий ишлар билан боғлиқ давлат сиёсатини амалга оширишнинг самарадорлиги кўп жиҳатдан шунга боғлиқдир.

Маълумки, яқин ўтмишда республикада бадиий маданиятни бошқаришда давлат буюртмачилиги уни бошқариш сиёсатининг асосини ташкил этар, моҳиятан коммунистик мафкураининг мақсад-муддаоларини ифодалар эди. Бугунги кунда Конституцияда белгилаб қўйилган ҳар кимнинг сўз ва эътиқод эркинлиги, фикр юритиш ва уни ифодалаш эркинлиги [1] республикада амалга оширилаётган бадиий сиёсатнинг асосини ташкил этади. Шундай экан, шахс ижодий эркинлигини ўзига хос ва тўлақонли намоён этишнинг энг муҳим соҳаси саналган бадиий маданият