

ILG'OR XORIJIY TAJRIBALAR ASOSIDA ART BOZOR TADQIQOTLARI METADALOGIYASINI O'RGANISH

Mahkamova Munira

*Kamoliddin Behzod nomidagi Milliy
rassomlik va dizayn instituti "Menejment
(art va kreativ industriyalar menejmenti)
yo'nalishi 1-kurs magistranti*

Annotatsiya: Ushbu maqolada art bozori haqida so'z boradi. Shuningdek, art bozori tushunchasi va uning badiiy ahamiyati, san'at bozorining rivojlanishi va shakllanishi, undagi ta'sir etuvchi omillar, san'at bozori ustida o'tkazilgan tajribalar, Rossiya san'at bozori, jahon san'at bozorining dinamikasi, mamlakatimizdagi san'at bozori va unga bo'lgan talablar to'g'risida ham aytib o'tiladi.

Kalit so'zlar: mintaqaviy kontekst, AQSH, kodlash, sotsiologik tahlil, rassom.

San'at bozori – bu shakllangan tez rivojlanayotgan bozor shaxs o'rtasidagi o'zaro ta'sir mexanizmi sifatida uning ishtirokchilari va san'at ob'ektlari sotiladigan san'at muassasalari hisoblanadi. San'at ob'ektining toifasi buyumning bozor qiymati va uning ramziy qiymati o'rtasidagi qiziqarli munosabatni o'zida mujassam etadi. Ob'ektning bozor qiymati mos ravishda bozor bashorat qiluvchilar tomonidan belgilanadi: talab, taklif, to'yinganlik va bozor sharoitlari, ramziy qiymati esa tarixiy jihatlar bilan belgilanadi va badiiy asarning o'ziga xosligi madaniy qadriyat sifatida belgilanadi. Boshqa so'zlar bilan aytganda, san'at bozorida bir vaqtning o'zida sotiladi, faoliyat mexanizmlarini aniqlash san'at bozori, moliyaviy aktiv va ramziy qiymat aniqlanadi.

Bir tomondan, moliyaviy aktiv sifatida badiiy ob'ekt yuqori darajadagi investitsiya o'zgaruvchanlik va bozor qiymati jozibadorligi bilan ajralib turadi. Boshqa tomondan esa, madaniy qadriyat va mintaqaviy kontekstlarning ahamiyati (mahalliy kontekst), bu o'z mintaqasida san'at bozori institutlarini rivojlantirish jarayonida san'at bozori ishtirokchilarining ramziy kapitalini to'plashni anglatadi. Shuningdek, uning ramziy qiymatini belgilaydi.

San'at ob'ektini ham moddiy, ham ramziy boylik sifatida tushunish chorrahasida, badiiy bozor fenomeni, xususan, san'at ob'ekti kristallanadi. Qiziqishga qarab mahalliy bozorlarni shakllantirish bo'yicha mintaqaviy kontekst bir qator tadqiqotlarni taqdim etadi. Ishdagi umumiy tendentsiyalar o'zaro bog'liq sabablarini aniqlash bilan bozorlar va ularning mahalliy va globaligi aniqlanadi. Shunday qilib, bozorlarning paydo bo'lishining umumiy tendentsiyalari bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar makro darajada yoki yuqori izomorfik tashkiliy shakllar va mintaqaviy kontekstlarning

rivojlanishi bilan ham bog'liq. Mintaqaviy kontekstlarning ta'siri bozorni shakllantirish iqtisodiy sotsiologiyaning tadqiqot yo'nalishi bo'lib, xususan, Rossiyada san'at bozorining shakllanishida mintaqaviy kontekstlarning roli allaqachon o'rganilgan.

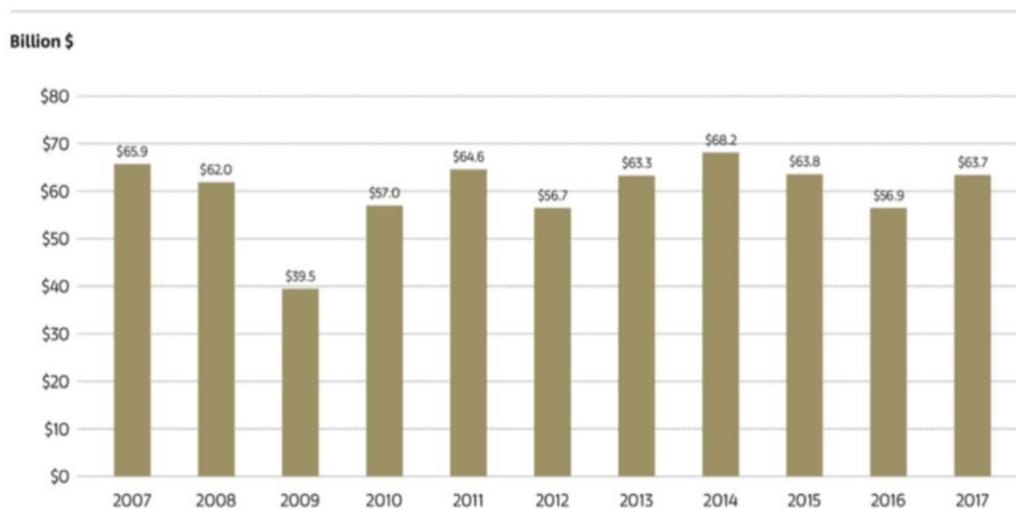
Bunda quyidagilar ajralib turadi:

- bozor rivojlanishini faollashtirish mexanizmlari: mintaqaviy kontekstlar, masalan, o'tmish va kelajak o'rtasidagi uzluksizlik;
- ramziy kapitalni to'plash va madaniy maydonni shakllantirish;
- ijtimoiy-madaniy zarbalar (masalan, sotsial-madaniy zarba sifatida Sovet Ittifoqining parchalanishi va ushbu hodisadan keyin madaniy liberalizatsiya va qonuniylashtirish, san'at ob'ektlarini sotish).

San'at ob'ektining qiymati jozibadorlik va madaniy, ayniqsa, mintaqaviy kontekstlar shaklida moliyaviy sifatida shakllanadi. San'at ob'ektlariga narx belgilashning murakkabligi va direktivaning mumkin emasligi san'at ob'ektining narxini aniqlaydi. Bunda past bozor shaffofligi (yo'qligi, kim oshdi savdosi va san'at ob'ektining xaridorlari to'g'risidagi rasmiy ma'lumotlar, bozorning soyali tabiati) va ekspert baholashning yuqori ahamiyati narxlash hisobga olinadi. Ekspert bahosining ob'ektivligi, o'z navbatida, D. Kahneman va A. Tverskiy tadqiqotlarida rad etildi. Shunday qilib, san'at ob'ektlarini baholashning asosiy usullari san'at asarlari qiymatining noaniqligini belgilaydigan noxolisligicha qoldi. Bundan tashqari, Sovet psixologi L.S. Vygotskiy san'atni "tuyg'ularning ijtimoiy texnikasi" deb biladi. Bunda san'at ob'ektlari baholanadigan standart biror narsaning mavjudligini bildiradi. Zamonaviy neyrofiziologik tadqiqotlar (San'at atributlarini baholash) shuningdek, inson san'at ob'ektlarini baholaydigan yagona neyrofiziologik kanonning mavjudligini ham taxmin qiladi. Shunday qilib, mutaxassisning tarafkashligi baholash san'at ob'ektlarini nisbatan barqaror vizual baholash bilan qo'llab-quvvatlanadi; ekspert baholash institutiga yetarlicha ishonish imkonini beradi.

AQSH, Buyuk Britaniya va G'arbiy Yevropaning an'anaviy san'at bozorlaridan farqli o'laroq, 1990-yillardan so'ng rivojlanayotgan mamlakatlarda, xususan, Xitoy, Janubiy Afrika, Vetnam, Hindiston, Rossiyada milliy bozorlar paydo bo'la boshladi. Bu davrda rivojlanayotgan milliy millatlar san'at bozorlari odatda rivojlanayotgan deb ataladi. Rivojlanayotgan bozorlarning rivojlanishi makro darajadagi ijtimoiy-iqtisodiy tendensiyalar bilan bog'liq bo'lib, ular mahalliy bozorlarning rivojlanishini rag'batlantiradi (masalan, liberallashtirish). Shuningdek, iqtisodiyot, iqtisodiy o'sishning uzoq davrlari, yangi madaniy va iqtisodiy elitalarning paydo bo'lishi) yoki jamiyat tuzilishidagi izomorf o'zgarishlar bilan buning mohiyatini tashkil etadi. Rivojlanayotgan san'at bozorlarining heterojen tuzilishi ularning beqarorligi va kechikishini belgilaydi. Badiiy bozorlarning rivojlanishida qayd etilgan tendensiyalar bilan bir vaqtda rivojlanayotgan mamlakatlar jahon san'at bozorining yuqori o'sish

sur'atlarini boshdan kechirmoqda, bu bitimlar sonining ko'payishi va pul qiymatining oshishi bilan ifodalanadi. Bu barcha tugallangan tranzaksiyalarni anglatadi. Masalan, 2007- yildan 2017-yilgacha bo'lgan davrda san'at bozoridagi operatsiyalarning global dinamikasi quyidagicha bo'lgan:



2007-yildan 2017-yilgacha bo'lgan davrda jahon san'at bozorining dinamikasi, milliard dollar hisobida.

Bir tadqiqot ishida san'at bozori vakillari bilan sifatli yarim tizimli intervyular o'rtacha bir soat davomida o'tkazildi, shundan so'ng har bir intervyu transkripsiya qilindi. Sifatli ma'lumotlarni tahlil qilishda qo'llaniladigan birinchi usul Strauss va Korbining "Grounded Theory" strategiyasiga asoslanadi. Ya'ni, nazariy modelni yaratishdan oldin, o'rganish sohasidan boshlash va kodlash orqali kerakli ma'lumotlarni to'plash kerak. Kodlash, o'z navbatida, uchta darajada amalga oshirildi:

- 1) Ochiq (kodlar so'z va iboralarga berilgan, kodlash imkon qadar batafsil va to'g'ridan-to'g'ri matnga muvofiq amalga oshirilgan);
- 2) Eksenel (eksenel kodlash bosqichida olingan kodlar umumlashtirildi, superkategoriyalar paydo bo'ldi);
- 3) Tanlangan (kodlar eng yuqori mavhumlik darajasini oldi, nazariy tushunchalar aniqlandi).

Valeriy Golofast tomonidan taklif qilingan ikkinchi usul uchta sohaga tegishli so'zlar, iboralar yoki jummalarni qidirishdir:

- 1) Muntazam (badiiy bozorda odatiy, kundalik amaliyotlar).
- 2) Voqea (rassomning karerasiga yoki Rossiya san'at bozoriga qandaydir tarzda ta'sir qilgan tabiiy jarayondagi burilish nuqtasi).
- 3) Yashirin (respondent biror narsani aytmayapti, ma'lumot beruvchi bevosita ifoda etmaydigan yashirin parametrlar).

Natijada, mos ravishda uchta ustundan iborat jadval yaratildi: “Rutin”, “Voqealar” va “Yashirin”. Keyin to‘plangan ma’lumotlar sharhlandi. Olingan natijalar esa san’at bozorining kelgusidagi rivoji va shakllanishi uchun muhim o‘rin tutdi.

San’at bozori zamonaviy jamiyatning badiiy hayotiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadigan murakkab va ko‘p qirrali ijtimoiy-madaniy hodisadir. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish san’atning faol tijoratlashuviga, yangi ijodning shakllanishiga olib keldi. San’at asarini yaratuvchilar va ijodkorlar o‘rtasidagi munosabatlar ularning bilimdonlari sifatida qaraldi. Badiiy asarlarning tovar muomalasi keng tarqaldi va ob’ektiv mavjud bo‘ldi. San’at sohasining rivojlanishiga ham, rassom va iste’molchining shaxsiyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadigan amaliyot vujudga keldi.

Insonning ma’naviy faoliyatining mahsullariga tegishli bo‘lgan narsalarni moddiy baholash muammosi yana o‘ziga xos tarzda paydo bo‘ldi. Badiiy ijodkor ishlaydi, bir tomondan, o‘zining yorqin ijodiy qobiliyatlarini amalga oshiradi, ko‘pincha o‘z turida noyob asar yaratadi. Boshqa tomondan, muayyan mahsulot ishlab chiqaruvchisi ma’lum moddiy mukofotni kutadi. Ommaviy miqdorda takrorlanishi mumkin bo‘lmagan noyob mahsulotni yaratgan iste’dodli shaxs mahsuloti va uning egasi bo‘lishga intilayotgan odamlar o‘rtasida maxsus shovqin yaratiladi.

Iste’molchi maxsus mahsulotni sotib olishga tayyor, chunki uning estetik xususiyatlari uning san’at nima ekanligi haqidagi g‘oyasini qondiradi. Sotish uchun mo‘ljallangan har qanday ob’ekt singari, san’at asari ham yaratuvchi va xaridor o‘rtasidagi almashinuv munosabatlarini ta’minlash uchun odamlarga muhtoj.

Sotsiologik nuqtai nazardan, o‘ziga xos sotsial-madaniy bilan tavsiflangan uchta ijtimoiy aktyor o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir noyob ma’naviy mahsulot qiymati haqida turli g‘oyalar ishlab chiqarishdan iboratdir. Har bir tarixiy davrda ushbu ijtimoiy-madaniy o‘zaro ta’sir haqida g‘oyalarni shakllantirishning o‘ziga xos usullari bilan ajralib turardi. Bunda muayyan san’at asarlarining ma’naviy va moddiy qiymati asos bo‘ldi. Rassomni rag‘batlantirishning o‘ziga xos tizimi yangi asarlar yaratilishi, ularning ahamiyati ayrim hollarda sezilarli darajada oshdi. Ular uchun bir vaqtning o‘zida tom ma’noda sotuv predmetiga aylanish imkoniyatiga ega bo‘lish vaqti bebaho bo‘ldi. San’atning o‘zaro ta’sirida tarixiy o‘zgarishlarning asar va uning ma’naviy ehtiyojlarini qondiradigan, hozirda har bir kishi uchun mavjud bo‘lgan nusxani emas, balki asl nusxani idrok etish orqali qondiradigan ko‘plab bilimdonlar uchun o‘ziga xos qonuniyatlari mavjud.

Mamlakatimizda san’at bozori o‘ziga xos shakllanish va rivojlanish tarixiga ega. U inqilobdan oldin va sotsializm davrida alohida shaklda mavjud edi. Yangi tarixiy bosqichda bozor munosabatlariga qaytish tasviriy san’at asarlari bozorining asosiy sub’ektlari o‘rtasidagi munosabatlarda yuzaga keladigan muammolar va qarama-qarshiliklarni sotsiologik tadqiq qilishni dolzarb qiladi. Zamonaviy san’at bozorining shakllanish jarayoni avvalgi axloqiy, estetik me’yorlar vayron bo‘lgan sharoitda ko‘p

asrlar davomida ijodkor va uning ishini biluvchilar o'rtasidagi munosabatlarni belgilab bergan qoidalar amalga oshiriladi.

Hozirgi vaqtda rassom va u san'at asarini yaratganlar o'rtasidagi o'zaro ta'sir uchun asos bo'lib xizmat qilgan an'anaviy estetik va badiiy qadriyatlar tizimi qayta ko'rib chiqilmoqda.

San'at bozorini sotsiologik nuqtai nazardan o'rganish bizga zamondoshlarimizning katta qismi ongida sodir bo'layotgan go'zal va xunuk, ulug'vor va asosni idrok etishdagi o'sha chuqur o'zgarishlarni aniqlash imkonini beradi. San'at bozori o'tmishda yaratilgan va hozirgi vaqtda paydo bo'lgan turli xil san'at asarlarini baholashda iqtisodiy, siyosiy, estetik va axloqiy omillarning qarama-qarshi kombinatsiyasini namoyish etadi. San'at iste'molchilarining individual asarlarning madaniy qiymati haqidagi g'oyalarini shakllantirishda modaning rolini ham rassomlar hisobga olish kerak.

San'at bozorining sotsiologik tahlili, shuningdek, ma'lum bir guruhning his-tuyg'ulari va his-tuyg'ulariga ta'sir qiluvchi madaniy hodisa sifatida shaxs ijodi mahsulini o'rnatishda spontan va ongli rolni aniqlash nuqtai nazaridan ham dolzarbdir. Zamonaviy ichki san'at bozorida hukmronlik qiladigan qadriyatlarning yo'nalishi va mazmunini o'rganish orqali biz mamlakatimizda ma'naviy ishlab chiqarishning rivojlanish yo'nalishlarini aniqlash, undagi an'anaviylik va innovatsionlik uyg'unligini, globallashtirish sharoitida milliylik va o'ziga xoslikni saqlash darajasini aniqlash imkoniyatiga erishamiz.

Madaniyat va ma'naviy hayot sotsiologiyasi hali ham ichki san'at bozorining genезisi va hozirgi holati muammolarini o'rganish kabi ilmiy narsalarni o'z ichiga olmaydi.

San'at bozori bugungi kunda ko'p jihatdan san'at mavjudligining xususiyatlarini belgilab berishi, insonning ma'naviy rivojlanishida katta rol o'ynashi sababli, hozirgi davrda uning kelib chiqishi, an'analari va rivojlanish tendentsiyalarini o'rganish dolzarb ko'rinadi.

Xulosa. Shunday qilib, maqolada 4 ta iqtisodiy mintaqa: AQSh, Yevropa Ittifoqi, Janubiy Afrika va Rossiya misolida san'at bozorida pul yuvishga qarshi kurashning asosiy mexanizmlari tahlil qilinadi. Natijada, tarixiy jihatdan jinoiy faoliyatdan olingan daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashishning huquqiy tahlili, san'at buyumlari muomalasini tartibga soluvchi eng samarali qonun hujjatlari belgilab olindi. Jinoiy daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashning eng samarali tizimi Yevropa Ittifoqida mavjudligi aniqlandi. Tadqiqotda Rossiyada pul yuvishga qarshi kurashning hozirgi holati baholandi. San'at ob'yektlari savdosining me'yoriy-huquqiy bazasi yetarli darajada ishlab chiqilmaganligi va shu sababli san'at bozorida moliyaviy nazorat vositalari yetarlicha ixtisoslashtirilmaganligi ko'rsatilgan. Rossiya san'at bozorining Janubiy Afrika olmos bozoriga nisbatan evolyutsiyasi tahlil qilinib, XXI

asr boshlarida olmos bozorini normallashtirishning asosiy mexanizmlari ta'kidlangan. Olmos bozoridagi xalqaro hamkorlik natijalari, mualliflarning fikriga ko'ra, san'at bozorida foydalanish mumkin. Zamonaviy moliyaviy texnologiyalar san'at bozorida pul yuvishga qarshi kurash usuli sifatida qaraladi. Ularning badiiy bozor asariga kiritilishi san'at bozorining o'zini o'zi tartibga solishni rivojlantirish bosqichlaridan biriga aylanishi mumkin. Maqolada mualliflar tadqiqotning amaliy ahamiyatini belgilaydigan Rossiya badiiy bozorini rivojlantirishning asosiy istiqbollari ta'kidlaydilar. Rivojlanayotgan Rossiya san'at bozorida pul yuvishga qarshi kurash amaliy ahamiyatga ega - terrorizmni moliyalashtirishni to'xtatish va Rossiyada yashirin iqtisodiyot hajmini kamaytirish. Mualliflarning fikricha, rivojlanayotgan bozorlarda, jumladan, san'at bozorida pul yuvishga qarshi kurash bo'yicha davlat strategiyasini ishlab chiqish masalasi zudlik bilan muhokamaga qo'yilishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yati:

1. Nataliya Komarova & Olav Velthuis (2018) Local contexts as activation mechanisms of market development: contemporary art in emerging markets, *Consumption Markets & Culture*, 21:1, 1-21, DOI: 10.1080/10253866.2017.1284065
2. Directive (EU) 2018/843 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 amending Directive (EU) 2015/849 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing and amending Directives 2009/138/EC and 2013/36/EU (Text with EEA relevance).
3. Kristian Murphy (1973) Moving towards a more effective model of regulatory enforcement in the Australian Taxation Office, Working paper No 45, Australian National University, 38 pp.
4. Coase, Ronald. The Problem of Social Cost // *Journal of Law and Economics*, v. 3, 1960
5. Gabriel Zucman, *The Hidden Wealth of Nations: The Scourge of Tax Havens*, University of Chicago Press, 2017.
6. Гирц К., Искусство как культурная система // *Социологическое обозрение*. Т.9. №2. 2010
7. Денисов Б., *Арт-рынок: общие черты и генезис* // *Маркетинг*, М.: 1998
8. Кукушкин Н. В., *Этапы развития рынка предметов изобразительного искусства. Теория и практика ценообразования*, 2007