

MADANIYAT - BOSHQARUV OBYEKTI SIFATIDA

Fayziyev To‘rabek Raufovich,

O‘zbekiston davlat san’at va madaniyat instituti

“Madaniyat va san’at menejmenti” kafedrasida dotsenti., t.f.n.

Mirzaraximov Azizbek Kazimovich

O‘zbekiston davlat san’at va madaniyat instituti

Madaniyat va san’at sohasi menejmenti 2-bosqich magistranti

Аннотация

Ushbu maqolada madaniyat sohasida ijtimoiy me’yorlarni shakllantirish, muloqot madaniyatini rivojlantirish, tarbiya, ta’lim, ijtimoiy-shaxsiy faoliyatni rivojlantirish, insonning ijtimoiy-qadriyat yo‘nalishlari, iste’molchilar talabi, marketing muhiti, strategiya, missiya, ishlashni baholash, o‘z missiyasini saqlash va bajarish (muayyan madaniy imtiyozlarni amalga oshirish), mijozlar oriyentatsiyasi, iste’mol talabi, preferensiyalar, bozor muhitining qonunlari kabi masalalar yoritilgan.

Калит so‘zlar: madaniyat, san’at, madaniy muassasalar, menejment, marketing, madaniy meros, milliy qadriyatlar, boshqaruv va h.k.

Аннотация

В данной статье рассматриваются такие вопросы, как формирование социальных норм в области культуры, развитие культуры общения, образование, воспитание, развитие социально-общественной деятельности, социально-ценностные ориентации человека, потребительский спрос, маркетинговая среда, стратегия, миссия, оценка эффективности, поддержание и выполнение миссия компании (реализация определенных культурных предпочтений), ориентация на потребителя, потребительский спрос, предпочтения, законы.

Ключевые слова: культура, искусство, учреждения культуры, менеджмент, маркетинг, культурное наследие, национальные ценности, менеджмент и др.

Annotation

This article discusses such issues as the formation of social norms in the field of culture, the development of a culture of communication, education, upbringing, the development of socio-social activities, socio-value orientations of a person, consumer demand, marketing environment, strategy, mission, efficiency assessment, maintenance and implementation of a company's single mission (implementation of certain cultural preferences), consumer orientation, consumer demand, preferences, laws.

Key words: culture, art, cultural institutions, management, marketing, cultural heritage, national values, management, etc.

Hozirgi kunda menejment va uning texnologiyalari inson faoliyatining barcha sohalariga kirib bormoqda. Ishlab chiqarish jarayonlarini nafaqat xususiy kompaniyada, balki bozor sharoitida ishlaydigan boshqa har qanday korxonada, tashkilot, muassasada boshqarish mumkin. Bundan tashqari, tijorat maqsadlarini ko'zlamaydigan sohalar, tuzilmalar, tashkilotlar uchun ham o'z vaqtida boshqarish jarayonlarini amalga oshirish zarur. Bularga hozirgi sharoitda boshqaruv mexanizmlaridan malakali foydalanishga muhtoj bo'lgan madaniyat sohasi kiradi. Bundan tashqari, bu holda biz madaniyatni nazariy tushunish haqida emas, balki amaliy tushuncha sifatida ko'rib chiqamiz.

Madaniyatning talqinini turli yo'llar bilan tushunish mumkin. Va shuni ta'kidlash kerakki, olimlar, ijtimoiy-madaniyat xodimlari, ijodkorlar, oddiy odamlar orasida madaniyat haqidagi mavjud g'oyalarning aksariyati yaxshi tashkil etilgan. Gap shundaki, madaniyat haqida gapirganda, uni talqin qilishda "umumiy denominator"ga rioya qilish kerak, bu ma'lum bir vaziyatga mos keladi. Ayni paytda, "madaniyat" tushunchasini talqin qilishning turli usullari ushbu ko'p qirrali atama paydo bo'lgan qadimgi davrlarga to'g'ri keladi. Madaniyat deganda eng yaxshi, olijanob va go'zal narsalarning barchasi, odamlar o'z taraqqiyoti natijasida erishgan narsalar (arab tilidan olingan "madinalik, ziyoli kishi") va boshqa juda ko'p talqinlar, madaniyat haqidagi tushunchalar bizni qadimiylikka, moziyga qaytarib yuboradi[1]. Bunday holda, boshqaruv va madaniyat deyarli mos kelmaydi, chunki sovuq iqtisodiy hisoblash va yuqori ma'naviy qadriyatlarning namoyon bo'lishini (yaxshi yoki haqiqat) bir-biri bilan birlashtirilishi qiyin. Bunday holda, madaniyat boshqaruv uchun obyekt bo'lishi mumkinmi?

Zamonaviy madaniyatshunoslikda madaniyatning ko'plab ta'riflariga bo'lgan huquq tan olinadi. Masalan, madaniyat insoniyatning ijtimoiy tajribasini tarjima qilishning semantik yoki ramziy mexanizmlari tizimi sifatida tushuniladi. Shu bilan birga, madaniyatning Yevropaviy klassik ta'rifi 1871-yilda ingliz antropologi Edvard Teylor tomonidan shakllantirilgan: madaniyat - bu ma'lum bir jamiyatda inson tomonidan olingan bilim, e'tiqod, axloq, urf-odatlar, qonunlar, qadriyatlarni o'z ichiga olgan kompleks. Madaniyatning bunday ta'rifi yordamida jamiyat, millat, ma'lum bir guruhning o'ziga xos xususiyatlari aniqlanadi.

"Madaniyat (lotin kultura) – dastlab yetishtirilgan tuproq, keyinchalik – insonning tarbiyasi, ta'limi, axloqiy va intellektual rivojlanishi deb qaralgan. Gumanistik madaniyatshunoslik aksiologik ta'rifga moyil: madaniyat - inson mavjudligining qadriyatlari to'plami (eng qimmatli yutuqlari) sifatida namoyon bo'ladi [2].

Etnologiyada qabul qilingan ta'rif bizga eng ilmiy asoslangan bo'lib tuyuladi: madaniyat - bu to'plangan va avloddan avlodga o'tadigan odamlarning jamoaviy mavjudligining ijtimoiy tajribasi. Ushbu ta'rif har qanday klassik ta'riflarga tubdan qarama-qarshi bo'lgan matn sifatida madaniyatga postmodern yondashuvga ham mos

kelishi xarakterlidir. Madaniyat - bu tarixiy ijtimoiy tajribani qayd etadigan matnlar to'plami (og'zaki va og'zaki bo'lmagan) va boshqalar. Umumlashtirib aytishimiz mumkinki, "madaniyat - bu narsalar dunyosidagi tartib tizimi, uyushgan hududlar, inson faoliyati jarayonlari va mahsulotlari, inson hamjamiyatining tashkiliy shakllari, shaxslararo va jamoaviy munosabatlar, kommunikatsiyalar, inson ongi va xatti-harakatlari odamlar tomonidan yaratilgan va saqlanib qolgan" [2]. Madaniyatning bunday ta'riflarining universalligiga qaramay, boshqaruv haqida gap ketganda, ushbu ta'riflar tuzatishlarni, shuningdek madaniy shakllarning institusional xususiyatiga e'tiborni talab qiladi. Demak, madaniyat nazariyotchilari va madaniyat sohasida ishlaydigan amaliyotchilar o'rtasida tushunmovchilik mavjud.

Madaniyat muzeylar, ko'rgazmalar, teatr tomoshalari, folklor festivallari va boshqa ko'p narsalar to'plamidir. Shuning uchun, bu holda, madaniyatning tegishli, amaliy va torroq ta'rifi talab qilinadi, bu boshqaruv tamoyillarini qo'llash uchun yetarli bo'ladi. Shu munosabat bilan madaniyatni siyosat, iqtisodiyot, ta'lim va boshqalar bilan bir qatorda ijtimoiy faoliyatning ma'lum bir sohasi sifatida tushunish mumkin. Boshqacha qilib aytganda, madaniyat sohasi jamiyatning ma'lum bir kesimini, ma'lum bir resursni, institusional shakllar yordamida ma'lum bir jamoaning dunyoqarashi, qadriyatlari, stereotiplari, me'yorlari xususiyatlarini ishlab chiqarish, saqlash, uzatish imkonini beradigan mexanizmni anglatadi. Madaniy soha - bu korxonalar insonning madaniy ehtiyojlarini qondirish uchun zarur bo'lgan xizmatlarni ishlab chiqaradigan tarmoqlar majmui [3].

Madaniyat sohasiga quyidagilar kiradi:

- madaniy-tarixiy merosni saqlash va ulardan foydalanish (muzey, kutubxona va arxiv ishi, milliy va mahalliy an'analar, bayramlar va boshqalar.);
- badiiy, estetik tarbiya va bolalar ijodiyoti;
- badiiy, ijodiy, konsert faoliyati;
- dam olish va o'yin-kulgini tashkil etish;
- etnografik, folklor san'ati va hunarmandchiligi;
- buning rivojlanishini ta'minlaydigan tadbirlar (madaniy iqtisodiyot, madaniyat sohasidagi huquqiy faoliyat, madaniyatni moliyalashtirish va boshqarish, ijtimoiy marketing va boshqalar).

Madaniy sohadagi faoliyat turli xil firmalar, tashkilotlar, muassasalar, turli idoraviy mansublikdagi korxonalar (davlat, munitsipal, xususiy, jamoat tashkilotlari) va mulkchilik shakli, shuningdek xususiy shaxslar yordamida amalga oshiriladi.

Ayni paytda, madaniyat sohasi nafaqat xilma-xil, balki uni hayotning boshqa sohalaridan sezilarli darajada ajratib turadigan ba'zi xususiyatlarga ega. Xususan, shuni ta'kidlash kerakki, madaniyat sohasida xizmatlarni ishlab chiqarish va sotish madaniyatning ijtimoiy muhim funksiyalarini bajarish bilan bog'liq: ta'lim, madaniy merosni saqlash funksiyasi, jamiyatning ma'naviy rivojlanishi va boshqalar. Bu

vazifalarni bajarish davlat ahamiyatiga ega bo'lib, u farzandlarimizning, shahrimizning, jamiyatimizning, eng avvalo, ma'naviy-axloqiy, ma'naviy rivojlanishiga qaratilgan.

Madaniyat muassasalari tomonidan bajariladigan turli xil funksiyalar orasida mutaxassislar quyidagi ikkita blokni qayd etadilar:

- ijtimoiy-madaniy o'zini-o'zi tashkil etish funksiyalari (madaniyatning xilma-xilligiga qiziqishni rivojlantirish, ma'naviy boyitish, milliy, konfessional, ijtimoiy-siyosiy begonalashtirishni yengib o'tish, shaxsning ma'naviy va qadriyat salohiyatini rivojlantirish, badiiy va ijodiy faoliyatni rivojlantirish, an'anaviy xalq madaniyatini saqlash va rivojlantirish, tarixiy xotira);

- ijtimoiy-me'yoriy funksiyalar (odamlarni birlashtirish va birlashtirish, ijtimoiy me'yorlarni shakllantirish, muloqot madaniyatini rivojlantirish, ta'lim, tarbiya, ijtimoiy-ijtimoiy faoliyatni rivojlantirish, insonning ijtimoiy-qadriyat yo'nalishlari tizimi).

Shu bilan birga, bugungi kunda madaniy faoliyat sohasi bozor sharoitida amalga oshirilmoqda, bu ushbu jarayonga iste'molchilar talabi, marketing muhiti, strategiya, missiya, ishlashni baholash va boshqalar kabi omillarning ta'sirini anglatadi. Va nihoyat, madaniy muassasalar tomonidan ma'lum madaniy mahsulotlarni amalga oshirish ma'lum bir iste'molchiga qaratilgan. Binobarin, madaniyat sohasida hali ham iste'molchining fikrlari, so'rovlari, afzalliklarini hisobga olish kerak, bu madaniyat sanoatining dinamik rivojlanishining asosiy asosidir.

Boshqacha qilib aytganda, madaniy tadbirlar zamonaviy sharoitda u quyidagi omillardan ajralmasdir:

- o'z missiyasini saqlash va bajarish (muayyan madaniy imtiyozlarni amalga oshirish);

- mijozlar oriyentatsiyasi, iste'mol talabi, preferensiyalar ;

- bozor muhitining qonunlari va "o'yin qoidalari" ni hisobga olish.

Madaniy muassasalarning faqat birinchi omilga yo'naltirilganligi oxir-oqibat madaniy tadbirlarning cheklanishiga, zallar bo'sh bo'lishiga va moliyaviy daromadlarning doimiy yetishmasligiga olib keladi. Va nafaqat marketing yoki mablag' yig'ish madaniy muassasalarga sovet davrida iqtisodiy faoliyatni yo'lga qo'yishga yordam beradi, balki maqsadli iste'molchini ko'rish qobiliyati, turli xil qarashlar, yosh, ta'lim darajasi, etnik guruhlarga madaniy foyda olish qobiliyati, sayyohlar va boshqalar imkoniyatlarni kengayishiga yo'l ochadi. Ko'pgina mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, ma'naviy va tijorat, madaniy va iqtisodiy munosabatlar mutlaqo qarama-qarshi tomonlar emas. Ko'pincha ulardan biri boshqasining muvaffaqiyatli rivojlanishining kalitiga aylanadi: iqtisodiy mexanizmlar eng yuqori ma'naviy qadriyatlarni anglashga yordam beradi va madaniyat ijtimoiy mas'uliyat uchun biznes ko'rsatmalarini belgilaydi.

Zamonaviy dunyoda madaniyat sohasi nafaqat ijodkorlik, ma'naviyat yoki urf-odatlar makoni, balki ma'lum tovar va xizmatlarni ishlab chiqaradigan iqtisodiy faoliyatning kuchli qatlami ekanligiga e'tibor qaratish lozim.

Darhaqiqat, 90-yillardan boshlab madaniyat sohasi jamiyat va ba'zi mamlakatlar rasmiylari tomonidan iqtisodiyotning istiqbolli tarmog'i sifatida qabul qilinmoqda, uning doirasida turizm, madaniy sohalar (moda, shou-biznes), dam olish amaliyoti va boshqa ko'p narsalar rivojlanmoqda. Hozirgi vaqtda madaniyat madaniy yodgorliklar, mintaqaviy afsonalar, bayram madaniyati, zamonaviy san'at markazlari va boshqa ko'p narsalarni kiritish mumkin bo'lgan har qanday mintaqaning muhim manbai sifatida tan olingan. Ushbu resurslardan foydalanish samaradorligi ko'p jihatdan madaniy merosning boyligi va menejment va marketing texnologiyalarining rivojlanishi bilan bog'liq. Olimlar tomonidan olib borilgan ko'plab tadqiqotlar madaniyat nafaqat ijtimoiy - iqtisodiy rivojlanish yoki siyosatning natijasi, balki ushbu rivojlanishning hal qiluvchi sharti, uning qiymati, aqliy va me'yoriy yadrosi ekanligini ta'kidlaydi. Bundan tashqari, dunyoning ko'plab mamlakatlarida madaniyat nafaqat iqtisodiy yoki siyosiy o'lchovlar katalizatori fazilatlarini, balki o'zining iqtisodiy hayotiyiligini, iqtisodiyotning juda foydali qismiga aylanish qobiliyatini ham namoyish etadi.

Boshqacha qilib aytganda, madaniy resurslarni saqlash va malakali boshqarish O'zbekiston mintaqalarining iqtisodiy rivojlanishini muvaffaqiyatli rivojlantirish, shaharlarni jahon madaniy va sayyohlik makoniga integratsiyalashning strategik rejalarini amalga oshirish garovidir. Ayni paytda, madaniyatni boshqarish ko'pincha fuqarolarning bo'sh vaqt shakllarini boshqarish sifatida tushuniladi. Holbuki, shahar madaniyati fuqarolarning o'ziga xos ramziy muhitini yaratish salohiyati nuqtai nazaridan, madaniy meros va zamonaviy madaniyat elementlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir maydoni sifatida, maxsus uslubning ifodasi sifatida ko'rib chiqilishi mumkin.

O'zbekiston mintaqalarida yetarli madaniy siyosat olib borishda shahar madaniyati ma'lum bir integratorga aylanadi, fuqarolarni tarixiy taqdir, umumiy qadriyatlar va iqtisodiy manfaatlar birligi asosida birlashtiradi. Shu bilan birga, shuni ta'kidlash kerakki, boy madaniy va tarixiy merosga ega bo'lgan, o'tgan davrlar, buyuk shaxslarning dramatik "izlarini" saqlaydigan mintaqalarda bu borada aniq ijobiy istiqbol saqlanib qolmoqda. Shu sababli, O'zbekistonda madaniyat sohasi nafaqat transformatsion davrning qiyinchiliklarini boshdan kechirmoqda, balki uning rivojlanishi uchun yangi turki ham olishi mumkin. Bozor sharoitida madaniy faoliyatni boshqarish turli xil sharoitlarda ko'rib chiqilishi mumkin. Shu bilan birga, "madaniy faoliyatni boshqarish madaniy faoliyatning ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarini, madaniy qadriyatlarni yaratish va iste'mol qilish sharoitlarini boshqarishdir." Menejment ma'lum bir madaniy muassasa doirasida amalga oshirilishi mumkin,

shuningdek ijodiy jamoaning ishini tashkil etish va muvofiqlashtirishga ham tegishli bo'lishi mumkin.

Bundan tashqari, madaniyatni boshqarish eng yuqori darajada – madaniyat sohasini moliyalashtirish tamoyillarini ishlab chiqishni, madaniy faoliyatni tartibga solishni ta'minlaydigan mamlakat, mintaqaning madaniy siyosatini shakllantirish va amalga oshirish orqali amalga oshiriladi. Umuman madaniyat sohasidagi hokimiyat madaniy faoliyatni rivojlantirish uchun sharoit yaratadi, mamlakat, mintaqada madaniyatni rivojlantirishning umumiy strategiyasini belgilaydi. Menejment ham menejerlar tomonidan amalga oshiriladi. Bundan tashqari, bugungi kunda madaniy faoliyatni amalga oshirishga bozor qonunlarining katta ta'siri tufayli madaniyat menejeri lavozimi tobora ommalashib bormoqda.

Madaniy menejer kasbiy, ijodiy madaniy muassasalarni tashkil etish, muvofiqlashtirish, tartibga solish, resurslar bilan ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Madaniyat menejeri madaniy imtiyozlarni amalga oshirish uchun iqtisodiy, moliyaviy, huquqiy, texnologik sharoitlarni ta'minlay oladigan ijodiy jarayonning tashkilotchisi sifatida ishlaydi. Umuman olganda, menejer boshqaruv ishlarini bajaradi, uning asosiy vazifasi resurslarni ta'minlash, muvofiqlashtirish, muayyan faoliyatni tashkil etishdir. Tashkilotning maqsad va vazifalarini bajarish menejerning ishiga, uning vakolati va iste'dodiga – odamlarga ta'sir o'tkazish qobiliyatiga va ishlab chiqarilgan mahsulotlarni yaratish, sotish, qayta ishlash jarayonlariga bog'liq. Menejerlar tashkilotdagi individual harakatlar o'rtasida o'zaro aloqani o'rnatadilar, tashkilotning bozordagi xatti-harakatlari strategiyasini ishlab chiqadilar va tashkilotning aloqa makonida, uning ichki va tashqi aloqalarida asosiy axborot bo'g'ini hisoblanadi [4].

Shu bilan birga, madaniyat sohasi noyob va takrorlanmas faoliyat sohasi bo'lib, u haqiqat bilan turli xil aloqalar va tashkilot ichidagi tarkibiy qismlarning o'zaro munosabatlarining murakkabligi, badiiy va ijodiy boshlanishlarning mavjudligi bilan ajralib turadi, bu esa menejerning kasbiy vakolatiga iz qoldiradi.

Madaniyat sohasidagi tashkiliy va boshqaruv faoliyati xodimlarining kasbiy vakolatiga qo'yiladigan talablar mustaqillik davrida keskin o'zgardi. Sohani boshqarishning sof ma'muriy va tarqatuvchi texnologiyasidan iqtisodiy usullardan tobora keng foydalanishga o'tish, tuzilmalarni sof subsidiyalangan byudjetdan moliyalashtirishdan dasturlarni moliyalashtirishga, byudjet mablag'lari uchun raqobatga, byudjetdan tashqari fondlarni keng jalb qilish zarurati, mafkuraviy va siyosiy plyuralizm, iqtisodiy mustaqillik - bularning barchasi ijtimoiy-madaniy sohada professionallikka qo'yiladigan talablarni tubdan o'zgartiradi.

Agar ilgari madaniyat sohasidagi professional mutaxassis o'zini birinchi navbatda "mafkuraviy front" xodimi, o'qituvchi-tarbiyachi sifatida ko'rgan bo'lsa, endi u tijorat va notijorat faoliyatida marketing texnologiyasiga amaliy yo'naltirilgan bo'lishi,

iqtisodiy va huquqiy jihatdan barkamol mutaxassis bo'lishi, qisqasi, tijorat sohasida to'liq vakolatli bo'lishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. M.SH.Qayimov, A.S.Umarov, U.G'.Zunnunova. San'at menejmenti. O'quv qo'llanma. "Yextremum-press". Toshkent 2012, 115 bet.
2. Komandishenko YE.F. Atr menejment; darslik / YE.F. Komandishenko – M. INFRA-M, 2019 y. – 98 bet.
3. Meskon, M.X. Menejment asoslari / M.X. Meskon, M. Albert, F. Xedouri; Ingiliz tilidan. O.I. Medved tarjimasini. – M. Vilyams, 2016 y, 201-202 betlar.
4. U.G'.Zunnunova, T.R.Fayziyev. Art marketing.T. 2019 y, 98-99 betlar.