

O'ZBEKISTONDA MUZEY MENEDJMENTINING DOLZARB MUAMMOLARI

Ruzieva Saodat Anvarovna

O'zbekiston tasviriy san'at galereyasi "Ko'rgazmalar va fondlar" bo'limi boshlig'i

Annotasiya: *Ushbu maqolada muzey menejmentining zamonaviy jamiyat uchun ahamiyati, birinchi navbatda, yangi ehtiyojlarni shakllantiradigan va yangi mutaxassislarni jalb qilishni talab qiladigan madaniyat sohasidagi xizmatlar bozoridagi o'zgarishlar bilan belgilanadi.*

Kalit so'zlar: *Muzeylarni boshqarish, strategiya, missiya, texnologiya, xizmatlar, turizm.*

So'nggi yillarda O'zbekistondagi muzeylarning faoliyati tobora ijtimoiy-madaniy tus olmoqda va madaniy merosni saqlash va talqin qilishda, ijtimoiy moslashuv va madaniy identifikatsiyalashning murakkab jarayonlarida, ta'limda, bo'sh vaqtni tashkil etishda muzeylarning roli tobora ortib borayotgani aniq. O'zbekistonning zamonaviy muzeylari ta'lim, aloqa, madaniy axborot va ijodiy innovatsiyalar markazlariga aylanmoqda. Muzeylar oldida nafaqat o'z devorlariga yangi auditoriyani jalb qilish, balki tashrif buyurgan mehmonlar muzeyga bir necha bor kelishni xohlashlari uchun hamma narsani qilish muhim vazifa turibdi.

Muzeylarni rivojlantirish va tijorat rentabelligi bo'yicha uzoq muddatli strategiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirish, ularning kolleksiylarini to'ldirish, ijtimoiy faoliyat va global ijtimoiy aloqa tizimlarida ishtirok etish bilan shug'ullanadigan O'zbekistonda muzey muassasalarining yuqori va o'rta darajadagi tajribali rahbarlari yetishmayotgani bugun dolzarb muammoligicha qolmoqda.

Muzey menejmenti-bu muzey muassasasi va uning xodimlarini boshqarish tamoyillari, usullari, vositalari va shakllari tizimi. Menejmentning asosiy vazifalari boshqaruv faoliyati asoslarini yaratish va takomillashtirish, jamoa samaradorligini oshirish, yangi samarali boshqaruv usullarini yaratish va joriy etish hamda kompaniyaning missiyasi, maqsadlari va vazifalarini ishlab chiqishdir. Ijtimoiy-madaniy sohaga bevosita tegishli bo'lgan ma'lum boshqaruv funktsiyalari mavjud. Ushbu funktsiyalar odamlarning ijtimoiy-madaniy ehtiyojlarini kuzatish, ushbu ehtiyojlarning rivojlanish tendentsiyalari asosida tashkilot maqsadlarini belgilash va jamiyatning ijtimoiy-madaniy ehtiyojlarini qondirishdir.

Zamonaviy muzey menejmenti-bu resurs salohiyati va madaniy boyliklar, mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqarish omillaridan samarali foydalanish maqsadida amalga oshiriladigan murakkab intellektual va iqtisodiy faoliyat; muzey menejmentining ajralmas qismi. Muzey menejmenti, o'z navbatida, muzey ichidagi o'zaro munosabatlarni tartibga solish va muassasalarning talablariga muvofiq tashqi muhitda ishlashi uchun sharoit yaratishdir. Tarkibiy qismlar: menejment, kolleksiylarni boshqarish. (muzey fondlari), jamoatchilikka yo'naltirilgan dasturlarni

boshqarish (ko'rgazma va ko'rgazma faoliyati), ta'lim dasturlari, nashrlar, madaniy va ma'rifiy tadbirlar, muzey auditoriyasini kengaytirish va tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish tadbirlari, muzey mulki va moliyasini boshqarish [5 69-sahifa].

Ba'zi tadqiqotchilar, xususan, G. N. Novikov ta'kidlaganidek. [6. 106-sahifa] V. M. Chizikov, V. V. Chizikov [5. p. 28] san'at menejmenti hozirgi kunda madaniyat va san'at sohasidagi tijorat faoliyatining eng dolzarb yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy menejmentning taniqli tadqiqotchilari E. I. Jdanova, S. V. Ivanov, N. V. Krotova, S. Korneeva badiiy menejmentni quyidagicha ko'rib chiqishni taklif qilishadi: turli xil san'at turlarini boshqarish (ifodali va vizual); badiiy qadriyatlarni (moddiy va ma'naviy) yaratish jarayonini boshqarishga yordam beradigan bilim sohasi; mutaxassislarning ijodiy faoliyati natijalarini madaniy xizmatlar bozoriga chiqarishga yordam berish.

Yuqorida aytilganlarning barchasi boshqaruv san'atining eng muhim omillaridan biri bo'lib, uning sezgi va qabul qilingan malaka darajasiga va shakllangan vakolatlarga muvofiq har qanday murakkablikdagi qarorlarni qabul qilish xavfiga ishonish qobiliyatidir [7].

Muzeyni strategik boshqarishning asosiy postulatini quyidagicha shakllantirish mumkin: muzeyning uzoq muddatli yuksalishi va rivojlanishi ushbu muzeyning ijtimoiy ehtiyojlar, iste'molchilar motivatsiyasi va bozor sharoitidagi o'zgarishlarni o'z vaqtida oldindan bilish qobiliyatiga bog'liq bo'lib, ularning tashkiliy va xizmat ko'rsatish tuzilmalarini moslashtiradi. Muzey mahsulotlari assortimenti, Muzey kolleksiyasiga kirish, o'z - o'zini tarbiyalash va muloqot qilish uchun sharoitlar, ijodkorlik va bo'sh vaqtni o'tkazish, ma'lumot berish, ta'lim va ma'rifiy tadbirlarda yordam berish-bu zamonaviy muzey taklif qilishi mumkin bo'lgan xizmatlarning to'liq ro'yxati emas. Shu munosabat bilan marketing texnologiyalari muzey sohasiga tobora ko'proq kirib bormoqda [2]. 7-sahifa].

Ko'pgina o'zbek muzeylari juda yuqori ijtimoiy mavqega ega, shubhasiz yutuqlarga ega, ammo agar biz dunyoning asosiy muzeylari va muzey muassasalarimizni moliyalashtirish darajasini taqqoslasak, O'zbekistonda bu daraja ancha past bo'lib chiqadi, shuningdek, o'zbek muzeylarining axborot-texnologik bazasida kechikish mavjud. Yetarli mablag'ning yetishmasligi yoki uni markazlashtirish muzeylar uchun, ayniqsa yirik shaharlardan uzoqda joylashgan muzeylar uchun juda katta muammodir. Bunday qiyin sharoitlarda muzey muassasasi zarur eksponatlarni sotib ololmaydi yoki ularni saqlash uchun tegishli sharoitlarni yarata olmaydi. Biroq, zamonaviy jamiyatda investitsiyalar uchun eng ustuvor yo'nalishlar ta'lim, madaniyat va fan sohalari bo'lishi kerakligi aniq. Axir, ijtimoiy va madaniy faoliyatni takomillashtirish va tarqatish, so'ngra fuqarolarning madaniy rivojlanish darajasini oshirish ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan jihatlardir. Shu sababli, xususan, madaniyat va muzey faoliyatini moliyalashtirish davlatning asosiy vazifalaridan biriga aylanishi juda muhimdir.

O'zbekistonning barcha hududlaridagi ko'plab muzeylar favqulodda binolarda joylashgan. Muzey sektoridagi ish haqi pastligi sababli, u yerda ishlaydigan yuqori malakali xodimlar tez orada o'zlariga yuqori maoshli ish topadilar. Yana bir muammo shundaki, eksponatlarni joylashtirish va muzey makonini shakllantirish uchun badiiy va estetik talablarning past darajasi tufayli ko'rgazma ko'pincha monoton, zerikarli bo'lib qoladi va muzeyga tashrif buyuruvchilarni qiziqitirmaydi. Biroq, buning sababi ko'pincha ekspozitsiyalarga bo'lgan talablarning pastligi va moliyalashtirishning yetishmasligi emas, balki mamlakatimizning ko'plab aholisi tarix va madaniyat xazinalariga qiziqishga hojat va istagi yo'qligi, ular ma'lumotni idrok etish va qayta ishlashni, jarayonlar va hodisalarni baholashni o'rganmaganliklari. Ko'pgina yurtdoshlarimiz yillar davomida muzeyga bormaydilar, aksariyat hollarda ular uzoq shaharlardan, lekin hatto yirik megapolislar aholisi ham bunga ehtiyoj sezmaydilar. Mamlakatning ko'plab aholisi jahon san'atining durdonalariga mutlaqo qiziqmaydilar, ularni to'liq idrok etish uchun zarur bilimlarga ega emaslar va ularni o'rganishga hojat yo'q. Shu sababli, zamonaviy muzeyga, shubhasiz, ijtimoiy-iqtisodiy omillar, bozor iqtisodiyoti sharoitida madaniy qadriyatlar bilan ishlashning o'ziga xos xususiyatlari va boshqalar ta'sir qiladi. XXI asrda muzeyning rivojlanishi va muvaffaqiyatli faoliyati, birinchi navbatda, ilmiy-texnik taraqqiyot yutuqlari va uni amalda qo'llash imkoniyatiga, shuningdek, muzey xodimlarining muzey faoliyatida nafaqat qidiruv va xavfsizlik, ilmiy va ta'lim funktsiyalarini bajarish qobiliyatiga bog'liq, shuningdek, ekskursiya paytida tashrif buyuruvchilarni jalb qilish imkoniyati ham eng muhim jihatlardir. Yuqoridagilardan tashqari, muzey rahbariyati o'z faoliyatida turli marketing usullaridan foydalanishi kerak. Avvalo, muzeyning maqsadli auditoriyasini aniqlash kerak, so'ngra shu asosda ushbu auditoriyaga mos keladigan kommunikativ yondashuvni tanlash kerak. Bundan tashqari, muzey faoliyatining turli omillarini tahlil qilish va tahlil natijalariga asoslanib, kelajakda yanada muvaffaqiyatli va samarali ishlashga erishishga imkon beradigan samarali zamonaviy usullar mavjud.

Bugungi kunda muzey ishini yaxshilash maqsadida O'zbekiston Respublikasi madaniyat vazirligi huzuridagi madaniyat va san'atni rivojlantirish jamg'armasi Britaniya Kengashi va Goldsmit universiteti (Buyuk Britaniya) bilan birgalikda Davlat san'at muzeyida besh kunlik kurs bilan boshlangan muzeylarni boshqarish bo'yicha uzoq muddatli dasturni ishga tushirdi. Bu kabi dasturlar jahon muzeylari tajribalaridan foydalanib kelajakda muzeylar faoliyatini yaxshilashga turtki beradi desak mubolag'a bo'lmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Arzamastsev V. P. muzey ekspozitsiyasining tizimli tuzilishi to'g'risida, - Moskva: 1990 yil. -p. 397.
2. Бестужев-Лада И.В., Озерная М. Madaniyat tizimidagi muzey. // Dekorativ san'at. 1976. No. 9. p. 7.

3. Dyachkov A. N. muzeyning ijtimoiy funktsiyalari: kelajak haqidagi munozaralar. // Muzeyshunoslik. XXI asr muzeyiga boradigan yo'lda o'tirdi. ilmiy ishlar, Moskva: Madaniyat ilmiy-tadqiqot instituti, 1989. - p. 196.

4. Marketing asoslari. Moskva: Mysql, 1992. p. 560. . Lord Barri, Lord Geyl D. Muzeyi

5 Boshqaruv. Moskva: Iqtisodiyot, 2002.- p. 390.

6. Новикова Г.Н. ning ijtimoiy-madaniy tushunchalari san'at menejmentida menejment / G. N. Novikova / / Moskva Davlat Madaniyat va san'at universiteti Byulleteni.-2005. Yo'q.2.

7. <http://www.nauki-online.ru/muzeevedenie/>