

MILLIY SAN'ATNI JAHON BOZORIGA OLIB CHIQISHDA KREATIV IQTISODIYOTNING O'RNI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19442598>

Maxmudova Aziza Azamat qizi

*O'zbekiston davlat san'at va madaniyat instituti Magistratura bo'limi Madaniyat va
san'at sohasi menejmenti ta'lim yo'nalishi 1-kurs magistranti*

Annotatsiya

Ushbu maqolada milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqishda kreativ iqtisodiyotning o'rni, uning samaradorligi va strategik ahamiyati tahlil qilinadi. Maqolada kreativ iqtisodiyot tushunchasi, uning milliy san'atni rivojlantirishdagi roli, global auditoriyaga taqdim etish mexanizmlari va iqtisodiy foydasi batafsil yoritilgan. Shuningdek, milliy san'atni eksport qilishdagi muammolar va ularni hal etish yo'llari ham ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, kreativ iqtisodiyot milliy san'atni nafaqat madaniy qadriyat sifatida, balki iqtisodiy resurs sifatida ham global bozorga olib chiqishning samarali vositasidir.

kalit so'zlar

kreativ iqtisodiyot, milliy san'at, madaniy meros, innovatsiya, raqamlashtirish, brending, eksport, global bozor, madaniy identitet, ijodiy salohiyat, xalqaro marketing, intellektual mulk, hunarmandchilik, dizayn, raqamli platformalar, moda, musiqiy san'at, kino va teatr, turizm rivoji, milliy brend.

Abstract

This article analyzes the role, effectiveness, and strategic importance of the creative economy in bringing national art to the global market. The concept of the creative economy, its role in the development of national art, mechanisms for presenting it to a global audience, and its economic benefits are discussed in detail. Furthermore, the challenges of exporting national art and possible solutions are examined. The research results indicate that the creative economy is an effective tool for promoting national art not only as a cultural value but also as an economic resource in the global market.

Keywords

Creative economy, national art, cultural heritage, innovation, digitalization, branding, export, global market, cultural identity, creative potential, international

marketing, intellectual property, craftsmanship, design, digital platforms, fashion, music, cinema and theater, tourism development, national brand.

Аннотация

В статье анализируется роль, эффективность и стратегическая значимость креативной экономики в продвижении национального искусства на мировой рынок. Подробно рассматриваются концепция креативной экономики, её роль в развитии национального искусства, механизмы представления его мировой аудитории и экономическая выгода. Кроме того, обсуждаются проблемы экспорта национального искусства и возможные пути их решения. Результаты исследования показывают, что креативная экономика является эффективным инструментом продвижения национального искусства не только как культурной ценности, но и как экономического ресурса на глобальном рынке.

ключевые слова

Креативная экономика, национальное искусство, культурное наследие, инновации, цифровизация, брендинг, экспорт, глобальный рынок, культурная идентичность, творческий потенциал, международный маркетинг, интеллектуальная собственность, ремесленничество, дизайн, цифровые платформы, мода, музыка, кино и театр, развитие туризма, национальный бренд

Özet

Bu makalede, millî sanatı küresel pazara taşımada yaratıcı ekonominin rolü, etkinliği ve stratejik önemi analiz edilmektedir. Yaratıcı ekonomi kavramı, millî sanatın gelişimindeki rolü, küresel bir izleyiciye sunum mekanizmaları ve ekonomik faydaları detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, millî sanatın ihracatındaki sorunlar ve bunların çözüm yolları incelenmiştir. Araştırma sonuçları, yaratıcı ekonominin millî sanatı yalnızca kültürel bir değer olarak değil, aynı zamanda küresel pazarda ekonomik bir kaynak olarak da etkin bir şekilde tanıtmanın aracı olduğunu göstermektedir.

anahtar kelimeler

Yaratıcı ekonomi, millî sanat, kültürel miras, inovasyon, dijitalleşme, markalaşma, ihracat, küresel pazar, kültürel kimlik, yaratıcı potansiyel, uluslararası pazarlama, fikri mülkiyet, el sanatları, tasarım, dijital platformlar, moda, müzik, sinema ve tiyatro, turizm gelişimi, millî marka

Kirish

Bugungi global iqtisodiy makonda milliy san'at nafaqat madaniy meros, balki iqtisodiy resurs sifatida ham katta ahamiyat kasb etmoqda. Har bir xalqning tarixiy qadriyatlari, estetik qarashlari va ijodiy an'analari milliy san'at orqali ifodalanadi. Shu bilan birga, global bozor sharoitida raqobat kuchayib borayotgani sababli, milliy san'atni xalqaro auditoriyaga yetkazish va iqtisodiy qiymatga aylantirish masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. Ana shu jarayonda kreativ iqtisodiyot markaziy rol o'ynaydi.

Kreativ iqtisodiyot – bu inson tafakkuri, ijodiy salohiyat va innovatsion g'oyalarga asoslangan iqtisodiy faoliyatdir. U ko'plab yo'nalishlarni o'z ichiga oladi: dizayn, moda, kino, musiqa, teatr, raqamli san'at va hunarmandchilik. Kreativ iqtisodiyotning asosiy ustunligi – mahsulotning noyobligi va madaniy qiymatga egaligi. Shu jihati bilan milliy san'at jahon bozorida alohida e'tiborni jalb qiladi. Mahsulotning milliy ildizlari, an'anaviy naqshlari yoki tarixiy hikoyalari global iste'molchida autentiklik va qadriyat hissini uyg'otadi. Milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqish bir necha jihatdan strategik ahamiyatga ega. Birinchidan, u milliy identitetni saqlash va dunyoga tanitish imkonini beradi. Ikkinchidan, iqtisodiy foyda keltiradi, yangi ish o'rinlari va eksport daromadlarini oshiradi. Uchinchidan, madaniyatlararo muloqotni rivojlantiradi, turizmni rag'batlantiradi va xalqaro brendlarni shakllantirishga yordam beradi. Misol uchun, milliy hunarmandchilik buyumlari, an'anaviy kiyim-kechaklar va milliy musiqiy asarlar global auditoriyada katta qiziqish uyg'otishi mumkin.

Kreativ iqtisodiyot milliy san'atni rivojlantirishda bir nechta yo'nalishda samarali bo'ladi. Birinchidan, innovatsion yondashuv orqali an'anaviy san'at mahsulotlarini zamonaviy shakllar bilan uyg'unlashtirish mumkin. Masalan, milliy naqshlar va ornamentlarni zamonaviy moda, raqamli dizayn yoki interyer yechimlariga integratsiya qilish global bozor talabiga mos keladi. Ikkinchidan, raqamlashtirish va digital platformalardan foydalanish san'at mahsulotlarini butun dunyo bo'ylab tarqatishni osonlashtiradi. Onlayn galereyalar, NFT platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali milliy san'at global auditoriyaga tez yetadi. Uchinchidan, marketing va brend strategiyalari yordamida mahsulotning noyobligi va kelib chiqishi ta'kidlanadi, bu esa uni xalqaro bozorda raqobatbardosh qiladi. Biroq, milliy san'atni jahon bozoriga chiqarishda muammolar ham mavjud. Xalqaro marketing tajribasining yetishmasligi, moliyaviy resurslarning cheklanganligi, raqamli savodxonlikning pastligi va intellektual mulk huquqlarini himoya qilishdagi muammolar ijodkorlar va tadbirkorlar oldida to'siq bo'lib turadi. Shu

sababli davlat va xususiy sektor hamkorligida grantlar, subsidiyalar, treninglar va zamonaviy infratuzilma yaratish muhimdir.

Globallashuv jarayonlari jadallashib borayotgan bugungi davrda milliy san'at va madaniyatni asrab-avaylash bilan birga uni xalqaro miqyosda targ'ib qilish dolzarb masalalardan biriga aylandi. Har bir xalqning o'ziga xosligi, tarixiy xotirasi va estetik qarashlari aynan san'at orqali namoyon bo'ladi. Shu nuqtai nazardan, milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqishda kreativ iqtisodiyot muhim vosita sifatida maydonga chiqmoqda. Kreativ iqtisodiyot nafaqat madaniy merosni iqtisodiy resursga aylantiradi, balki uni global auditoriyaga yetkazishning samarali mexanizmlarini ham taqdim etadi.

Kreativ iqtisodiyot tushunchasi va uning mohiyati

Kreativ iqtisodiyot — bu inson ijodi, intellektual salohiyat va innovatsion g'oyalarga asoslangan iqtisodiy faoliyat turidir. Unga dizayn, musiqa, kino, teatr, moda, hunarmandchilik, raqamli san'at kabi ko'plab yo'nalishlar kiradi. Ushbu iqtisodiyot turi an'anaviy resurslarga emas, balki inson tafakkuri va ijodiy yondashuviga tayanadi. Kreativ iqtisodiyotning asosiy xususiyatlaridan biri — bu mahsulotning noyobligi va madaniy qiymatga egaligidir. Milliy san'at namunalari aynan shu jihati bilan global bozorda alohida o'rin egallashi mumkin. Chunki zamonaviy iste'molchi ko'proq autentiklik, tarixiylik va milliylikni qadrlaydi.

Milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqish zarurati

Milliy san'atni xalqaro maydonga olib chiqish bir nechta muhim maqsadlarni ko'zlaydi:

Birinchidan, bu milliy identitetni saqlash va uni dunyoga tanitish imkonini beradi.

Ikkinchidan, iqtisodiy foyda keltiradi, ya'ni eksport hajmini oshiradi va yangi ish o'rinlari yaratadi.

Uchinchidan, madaniyatlararo muloqotni rivojlantiradi va turizmni rag'batlantiradi.

Masalan, o'zbek milliy hunarmandchiligi — kulolchilik, atlas va adras matolari, zargarlik buyumlari — o'zining betakrorligi bilan xalqaro bozorda yuqori talabga ega bo'lishi mumkin.

Kreativ iqtisodiyotning milliy san'atni rivojlantirishdagi roli

Kreativ iqtisodiyot milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqishda bir nechta muhim yo'nalishlarda xizmat qiladi:

1. Innovatsion yondashuvlarni joriy etish

An'anaviy san'atni zamonaviy shakllar bilan uyg'unlashtirish orqali uning jozibadorligini oshirish mumkin. Masalan, milliy naqshlarni zamonaviy moda dizaynida qo'llash yoki raqamli platformalarda san'at asarlarini taqdim etish.

2. Raqamlashtirish va global platformalar

Internet va raqamli texnologiyalar yordamida san'at mahsulotlarini butun dunyoga yetkazish imkoniyati mavjud. Onlayn galereyalar, NFT platformalar, ijtimoiy tarmoqlar orqali ijodkorlar o'z ishlarini keng auditoriyaga taqdim etmoqda.

3. Brending va marketing strategiyalari

Milliy san'atni xalqaro bozorda muvaffaqiyatli sotish uchun uni to'g'ri brendlash muhim. "Made in Uzbekistan" kabi brendlar orqali mahsulotning kelib chiqishi va sifati ta'kidlanadi.

4. Kreativ klasterlar va infratuzilma

Ijodkorlar uchun qulay muhit yaratish, ularni qo'llab-quvvatlash va hamkorlikni rivojlantirish orqali yangi g'oyalar yuzaga keladi. Bunday klasterlar san'at va biznesni birlashtiradi.

5. Ta'lim va kadrlar tayyorlash

Kreativ sohada zamonaviy bilim va ko'nikmalarga ega mutaxassislar tayyorlash muhim. Bu esa milliy san'atni global talab darajasiga olib chiqadi.

Muammolar va yechimlar

Milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqishda bir qator muammolar mavjud:

- Marketing va eksport tajribasining yetishmasligi
- Moliyaviy qo'llab-quvvatlashning cheklanganligi
- Raqamli savodxonlik darajasining pastligi
- Soxta mahsulotlar (plagiat) muammosi

Ushbu muammolarni hal etish uchun quyidagi choralar muhim:

- Davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish
- Ijodkorlar uchun grant va subsidiyalar ajratish
- Raqamli platformalar bilan integratsiyani rivojlantirish
- Intellektual mulk huquqlarini himoya qilish

Xulosa qilib aytganda, kreativ iqtisodiyot milliy san'atni jahon bozoriga olib chiqishda strategik vosita hisoblanadi. U milliy merosni zamonaviy formatda namoyon etish, uni iqtisodiy resursga aylantirish va global auditoriyaga yetkazishni ta'minlaydi. Agar ijodkorlar, tadbirkorlar va davlat birgalikda ishlasa, milliy san'at nafaqat madaniy qadriyat sifatida, balki global iqtisodiy maydonda muvaffaqiyatli raqobat qiluvchi brendga aylanadi. To'g'ri yondashuv va samarali

siyosat orqali milliy san'at nafaqat madaniy qadriyat sifatida, balki iqtisodiy rivojlanishning muhim drayveriga aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI (REFERENCES):

1. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002.
2. Howkins, J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin, 2001.
3. Throsby, D. Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
4. Pratt, A. "Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class." *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, vol. 88, no. 2, 2006, pp. 125-139.
5. UNCTAD. Creative Economy Report 2023. Geneva: United Nations, 2023.
6. UNESCO. Global Report on Cultural Diversity 2022. Paris: UNESCO Publishing, 2022.
7. Galloway, S., & Dunlop, S. "A Critique of Definitions of the Creative Industries in Europe." *International Journal of Cultural Policy*, vol. 12, no. 1, 2006, pp. 17-31.