

КРЕАТИВ ИҚТИСОДИЁТ ВА УНИНГ ИНДУСТРИЯСИ ТУРЛАРИНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

Мамаюнус Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Обид Пардаев – ЎзР Иқтисодиёт ва молия вазирлиги департаментиинг
биринчи ўринбосари, PhD

Аннотация: мақолада креатив иқтисодиёт, унинг индустрияси турлари изоҳининг назарий масалалари қараб чиқилган. Бунда мавзунинг долзарблиги асосланиши жараёнида унинг такомиллашган таърифи ҳам ишлаб чиқилган. Шунингдек, креатив иқтисодиётнинг бешта принципига тўлиқ изоҳ берилган. Мақолада креатив индустриясининг асосий турлари танлаб олинган ва уларнинг ҳам шарҳларига атрофлича тўхталган.

Калит сўзлар: креатив иқтисодиёт, креатив маҳсулот, қонунийлик, очиклик ва шаффофлик, ижод эркинлиги, тенглик; ҳуқуқий муҳофаза, адабий ижод, амалий санъат, ҳунармандчилик, архитектура, лойиҳалаштириш ва аудиовизуал санъат, ижрочилик санъати, мода ва дизайн санъатини, музейлар, бадий галереялар, ахборот-кутубхона фаолияти, тасвирий санъат.

Кириш. Мавзунинг долзарблиги. Жаҳон иқтисодиётида ҳам туб ўзгаришлар содир бўлмоқда. Хусусан, дунё миқёсида жадал ривожланаётган янги соҳалардан бири сифатида креатив иқтисодиёт соҳаси ҳисобланади. Бу борада журналистнинг саволларига Эркин Гадоевнинг жавобида қуйидагилар таъкидланган: “БМТ резолюциясига кўра, креатив иқтисодиётни ривожлантиришнинг муҳим йўналишлари, жумладан, креатив иқтисодиётни мустақил тармоқ сифатида қўллаб-қувватлаш, унинг алоҳида статистик ҳисоботини юритиш ва иқтисодиётдаги улушини ошириш назарда тутилган. БМТнинг таҳлилий маълумотларига кўра, маданий ва креатив соҳадаги маҳсулотларнинг дунё ялпи ички маҳсулотидаги ўрни 3,1 фоизни ташкил этади ҳамда жаҳонда иш билан банд аҳолининг 6,2 фоизи ушбу соҳага тўғри келиб, унинг асосий қатламини ёшлар ташкил этади”¹. Кўриниб турибдики, мазкур масала жаҳон иқтисодиётида ҳам шаклланиб, ўзининг муносиб ўрнини топмоқда.

¹ Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. ЎЗА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадоев билан суҳбати. <https://uza.uz/category/business>.

Бугунги кунда креатив иқтисодиёт мамлакатимиз иқтисодиёти учун ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бундан келиб чиқиб, Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни² қабул қилинди. Ушбу қонун Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. Ушбу қонун билан илк бор креатив иқтисодиёт тушунчаси ҳаётимизга кириб келди.

Бунга дунёда содир бўлаётган турли беқарорлик, айрим ҳудудлардаги уруш-жанжаллар, булар оқибатида юзага келган иқтисодий инқирозлар, глобал экологик ўзгаришлар, дунё миқёсида илм-фаннинг тез ривожланиши оқибатида бугунги кунда ҳаётимизга кириб келаётган инновацион жараёнлар дунё миқёсида инсоният ҳаётини тубдан ўзгартириб юбормоқда. Натижада бир томондай айрим мутахассисликларга эҳтиёж сусайган ҳолда айрим йўналишлар бўйича янги-янги мутахассисларга эҳтиёж ошиб бормоқда. Оқибатда янги турдаги иқтисодиётга, яъни креатив иқтисодиётга ҳам эҳтиёж ошиб бормоқда. Бу иқтисодиётнинг бир йўналиши “Креатив индустрия” соҳасига ҳам катта эътибор берилиши лозимлиги объектив заруриятга айланди. Чунки 2024 йилнинг 3 октябрь куни мамлакатимизда “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қабул қилинган қонунда ушбу масала алоҳида қайд этилган. Ушбу ҳолат мавзунинг ўта долзарб масаланинг ечимига бағишланганлигидан далолат бериб турибди.

Тадқиқот методологияси. Мақоладаги креатив иқтисодиёт, унинг индустрияси турлари изоҳининг назарий масалаларини тадқиқ қилишда макон ва замон, индукция ва дедукция, шакл ва мазмун, мантикий ёндошув каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Креатив иқтисодиёт халқаро миқёсда қўлланилиб келинмоқда ва айрим тажрибаларга ҳам эга. Жумладан, “Ғарбий Европа ва АҚШда “креатив шаҳарлар” деб аталадиган концепция бир неча ўн йиллар давомида ривожланиб келмоқда. Бу концепция креатив индустрияни қўллаб-қувватлашга асосланган, чунки ижодкорлар синфининг ижоди

² Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.

шаҳарларга қаратилган”³. Бу борада АҚШ, Европа ва жаҳоннинг бир қанча мамлакатларида маълум тажрибалар ҳам тўпланган.

Хусусан, “Индонезияда “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонун қабул қилинган бўлиб, Туризм ва креатив иқтисодиёт вазирлиги ташкил этилган. Умумий қиймати 1 миллиард доллар бўлган 15 та стартап лойиҳа амалга оширилиб, креатив иқтисодиётнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 7 фоизга етган”⁴. Худди шундай ҳолат Европанинг башқа давлатларида ҳам рўй бермоқда. Масалан, “Англияда 2035 йилгача инновациялар стратегияси қабул қилинган бўлиб, ҳозирда креатив индустрияларда 2,1 миллион нафар киши фаолият юритиб, креатив иқтисодиётнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 5,8 фоизни ташкил этмоқда”⁵. Ушбу масала МДХга қарашли давлатларда ҳам ўз ўрнига эга бўлиб бормоқда. Масалан, “Россияда Креатив иқтисодиётни ривожлантириш маркази ва 20 та креатив иқтисодиёт йўналишлари бўйича кадрларни тайёрлайдиган Универсал университет ташкил этилган. Стратегик ташаббуслар агентлиги томонидан ишлаб чиқилган “Креатив индустрияни ривожлантириш тўғрисида”ги қонун мавжуд”⁶. Ушбу масала мамлакатимизда ҳам ривожланмоқда. Қаранг, “Бугунги кунда мамлакатимизда креатив индустрия соҳасига оид 9,6 минг корхона мавжуд. Уларда 84 минг нафар ходим фаолият кўрсатмоқда (205 та IT-марказ, 100 та дизайн маркази, 60 та анимацион суратлар маркази, 30 та ўйинлар ишлаб чиқиш маркази ва 20 дан ортиқ санъат галереяси бор). Шунингдек, 28 минг нафар ҳунарманд ушбу йўналишда фаолият юритмоқда”⁷.

Кўриниб турибдики, мазкур соҳада мамлакатимизда ҳам ягона ҳуқуқий базани яратишни объектив заруриятга айланди. Чунки креатив иқтисодиёт индустрияси бизда ҳам шаклланган эди. Аммо уларни бундай ном билан аталмас эди. Энди халқаро тажрибалардан келиб чиқиб, ҳар бир нарсани ўз номи билан аташ лозим, деган ҳулосага келинди. Ушбу заруриятдан келиб чиқиб, креатив соҳаларни аниқ белгилаш зарурияти ҳам олға сурилди. Чунки ушбу соҳа асосан номоддий бўлсада уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини ошириш ва ҳисоблаб боришни талаб этиладиган бўлди. Шу

³ Ботир Усмонов, Нима учун креатив иқтисодиёт? 07. ноябрь 2024. Телеграмнинг “Халқ сўзи” сайтида.

⁴ Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. ЎЗА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадов билан суҳбати. <https://uza.uz/category/business>.

⁵ Ўша жойда.

⁶ ЎША ЖОЙДА.

⁷ Ўша жойда.

муносабат билан мамлакатимизда ҳам, юқорида таъкидланганидек, “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонуни ишлаб чиқилди ва 2024 йил октябрь ойидан амалиётга тадбиқ этилди.

Креатив иқтисодиёт тўғрисидаги қонунда ушбу тушунчанинг мазмуни ёритилган. Унда эътироф этилишича :**“креатив иқтисодиёт — ижодиёт, интеллектуал қобилият, шунингдек инновацияларга ҳамда технологияларга асосланган инсон салоҳияти натижасида иқтисодий қимматга эга бўлган товарларни (ишларни, хизматларни) яратишга қаратилган иқтисодиёт тармоғи”**⁸⁸, деган изоҳ берилган. Ушбу тушунча Креатив иқтисодиётнинг таърифини ишлаб чиқиш учун методологик асос бўлиб ҳисобланади.

Креатив иқтисодиётга бир гуруҳ олимлар қуйидагича таъриф ишлаб чиққан эдик. **“Креатив иқтисодиёт** деганда, мавжуд иқтисодиётни янгича ёндошув, янги ғоялар билан такомиллаштириб, унинг янги-янги йўналишларини барпо этиш мақсадида янгича фикрлаш асосида инсон тафаккурида шаклланган ва амалиётда ўз тасдиғини топган янги иқтисодиёт тушунилади”⁹. Буларни умумлаштирган ҳолда мазкур тушунчанинг таърифи назарий жиҳатдан такомиллаштирилди. **Креатив иқтисодиёт деганда, янги ғояларни ишлаб чиқиш салоҳиятига эга бўлган инсонлар томонидан иқтисодий жараёнга ижодий ёндошган ҳолда моддий ва номоддий товарларни (ишлар, хизматларни) яратадиган иқтисодиёт тармоғи тушунилади.** Ушбу тушунча бир қанча йўналишларни қамраб олади. Биринчидан,

Креатив иқтисодиёт қонунда эътироф этилишича қуйидаги принципларга асосланади (1-расм)

⁸⁸ Ботир Усмонов, Нима учун креатив иқтисодиёт? 07. ноябрь 2024. Телеграмнинг “Халқ сўзи” сайтида..

⁹ Мамаюнус Пардаев, Мурод Муҳаммедов, Обид Пардаев. Иқтисодиётнинг турлари ва таърифлари. // <https://telegra.ph/I%D2%9Btisodiyotning-turlari-va-tariflari-07-08-2>. 2666. 12.02. 7 август 2024 йил.

эркинлигига асосланишига ҳам изоҳ берилган. Бунда эътироф этилишича, “Барча шахслар креатив индустрия соҳаларини танлашда ва уларнинг бир ёки бир нечтасида фаолият олиб боришда, шунингдек креатив маҳсулот яратишда эркиндир”. Маълумки, барча соҳаларда ижод эркинлиги таъминланган. Бунда ҳам ижод эркинлиги бошқа шахсларнинг шаъни, кадр-қимматига ва ишчанлик обрўсига зарар етказишга, қонунга хилоф хатти-ҳаракатларни амалга оширишга ундашга ёки тарғиб қилишга қаратилмаслиги ҳамда ижтимоий ахлоққаларга зид бўлмаслиги керак.

Тўртинчи принцип, **тенглик** бўлиб ҳисобланади. Креатив иқтисодиёт субъектлари ўз фаолиятини амалга оширишда, шу жумладан давлат томонидан тақдим этиладиган қўллаб-қувватлаш чораларидан ва инфратузилмадан фойдаланишда тенглик тўлиқ таъминланган бўлиши шарт

Бешинчи принцип ҳам бошқа соҳалар сингари, **креатив маҳсулотнинг ҳуқуқий муҳофаза қилиниши** таъминлашдан иборатдир. Креатив маҳсулот интеллектуал ва ижодий фаолият натижаси бўлиб, бу ҳам қонунчиликка мувофиқ муҳофаза қилинади.

Креатив иқтисодиёт индустрияси, ёки ижодий иқтисодиёт, иқтисодий фаолиятнинг бир қисми бўлиб, у ижодий фаолият ва инсоннинг ижодий қобилиятларидан фойдаланиш орқали яратилган товарлар ва хизматларни қамраб олади. Бу соҳага асосан маданият, санъат, дизайн, мусиқа, кино, адабиёт, рекламалар ва бошқа ижодий маҳсулотлар киради. Креатив иқтисодиёт, шунингдек, транспорт, телекоммуникация, сунъий интеллект, ахборот технологиялари ва онлайн платформалар каби соҳаларни қамраб олади, бу эса ижодий маҳсулотларни тарқатишда ҳам янги имкониятларни яратади.

Креатив иқтисодиёт индустриясининг асосий йўналишларидан бири **ижодкорлик** бўлиб, бунда яратувчилик нуқтаи назаридан фикрлаш ва янги ғояларни амалга ошириш қобилияти ўстирилади ва ишга солинади. Шу туфайли замонавий технологиялар ижодий маҳсулотларни яратиш, тарқатиш ва алмашиш жараёнларини соддалаштириш билан биргаликда уларни осонлаштиради. Креатив иқтисодиёт, хизматлар ва товарларни яратишда янги иқтисодий моделларни тадқиқ этиш, яхшилаш ва инновацияларни

жорий этиш учун ҳам муҳимдир. У бутун дунёда иқтисодий ўсиш ва ривожланиш учун янги омиллар манбасидир.

Эндиликда бу иқтисодиётнинг ҳаётимизга киритб келиши иқтисодиётнинг маҳсулоти фақат моддий неъматлардангина иборат бўлмасдан, номоддий неъматларни ҳам қамраб олади ва ушбу неъматларнинг яратилиши эвазига мамлакат иқтисодиёти кескин ривожланади. “Халқ сўзи” газетасида Нурбек Ризаевнинг берган маълумотларига кўра “2024 якунидасунъий интелект бозори ҳажми 298 млрд. долларни ташкил этиши кутилмоқда, ҳозирда эса 207 млрд. долларга тенг. Ушбу рақамлар 2030 йилга бориб тахминан 1,84 трли. етиши мумкин”¹⁰. Ушбу соҳа иқтисодий тизимда жуда сердаромад бўлиб ҳисобланади. Бизнинг ҳисоб-китоблар бўйича унинг даромадлилик даражаси 30-35 фоизни ташкил қилади.

Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли қонуннинг 10-моддасида **креатив индустрия соҳалари** фаолиятининг рўйхати берилган. Ушбу йўналишлар қуйидагиларни ўз ичига олади. Булар таркибига “адабий ижодни; амалий санъат ва ҳунармандчиликни; архитектура, лойиҳалаштириш ва урбанистикани; аудиовизуал санъатни; ижрочилик санъатини; концерт-томоша фаолиятини ва оммавий-маданий тадбирларни ташкил этишни; мода ва дизайн санъатини; музейлар, бадий галереялар (кўргазмалар), ахборот-кутубхона фаолиятини; нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятни; оммавий ахборот воситалари соҳасидаги ва Интернет жаҳон ахборот тармоғи орқали узатиш йўли билан амалга ошириладиган ижодий фаолиятни; продюсерлик фаолиятини; рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолиятни; реклама соҳасидаги ижодий фаолиятни; санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга доир фаолиятни; тасвирий санъатни”¹¹ кириши кўрсатиб ўтилган.

Креатив индустрия соҳаларидаги фаолият йўналишларини ўз ичига оладиган юқоридаги тушунчаларнинг ҳар бирининг изоҳига қисқача тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

¹⁰ Нурбек Ризаев. Ёрқин келажак учун “Ақилли” технологиялар. // “Халқ сўзи” газетаси. 2024 йил 31 октябрь. 223-сон. – 1 ва 4 бетлар.

¹¹ Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.

Креатив индустрия соҳаларидан бири **адабий ижод** ҳисобланади. Ушбу ижодга инсоннинг креатив фикрлашини, ички ҳис-туюғларини, ижодкорлик қобилиятларини ифодалаш усули сифатида қаралади. Унинг мазмуни бир неча асосий элементларни қамраб олади. Адабий ижоднинг асоси мавзу ва бадиий образларини ташкил қилади. Мавзу одамларнинг ҳаёти, табиат, муҳаббат, жанг, ижод, одамлар орасидаги ўзаро муносабатлардан ҳам ибори бўлиши мумкин. Мазкур ижодда муаллифнинг шахсий услуби муҳим роль ўйнайди. Устозлар орасида билимларни, тажрибани, ҳис-туюғлари алоҳида услуб билан ифода этилиши шаклланади. Ушбу ижод орқали образларни тасвирлай олиш ҳам муҳимдир. Бу образлар инсонларнинг ички олами, характерлари, ва уларнинг ўртасидаги муносабатлари орқали ифода этилади.

Адабий асарда сўзларнинг маънолари, уларнинг ўзаро алоқалари муҳим аҳамиятга эга. Сўзлар ва ифодалар орқали ижодкор ўз фикрларини ва ҳисларини ифодалайди. Ушбу ижод эстетик бадиийликни ҳам ўз ичига олади. Услуб, образлар, метафораларни тўғри танлаш – асарнинг энг муҳим жиҳатларидан бири бўлиб ҳисобланади. Чунки адабиётда кўпинча ҳаётга, одамлар орасидаги муносабатларга, қонун-қоида ва принципларга янги фалсафий қарашлар орқали ёндошилади.

Адабий ижод тарихий ва маданий омилларга ҳам узвий боғлиқ. Асарларнинг мазмуни ва таркиби жамиятнинг ижтимоий, иқтисодий ва маданий ҳолатини ифода этади. Шу тариқа адабий ижод одамларнинг креативлиги, мўлжалланган мақсади ва назарий ўзгарашларини ифодалаш учун ажралмас восита ҳисобланади.

Креатив иқтисодиёт индустрияси таркибида **амалий санъат ва ҳунармандчиликнинг** ҳам ўрни бекиёс. Бу умумий санъат ичида, ўзига хос бўлиб, инсоннинг ташқи муҳитига эстетик ва функционал хусусиятларни киритишга йўналтирилган ижодий фаолият тури сифатида намоён бўлади. Унинг мазмуни инсоннинг ижодий фаолиятини, ўзи яратган буюмлари ва асарлари орқали жамиятга хизмат қилишни ўз ичига олади.

Амали санъатда ёғоч, металл, керамика, мато каби моддалардан маълум ҳунармандчилик усуллари билан яратилган буюмлар берилган эстетик қимматни қабул қилиши муҳим. Ҳар бир амалий санъат асари, шу жумладан ҳунармандчилик маҳсулоти ҳам, муайян ижтимоий функцияни

бажаради. Шу ишлар орқали ҳунармандлар ўзларининг ижодий қобилиятларини оммага чиқариш, инновацион ва оригинал ечимларни излаш орқали яратувчи лойиҳаларини амалга оширишади.

Амалий санъат ва ҳунармандчилик ўзига хос хусусиятларидан бири, булар кўпинча белгиламланган этник ва маданий анъаналарни ифодалайди. Ушбу асарлар инсонларнинг рухияти, тарихий ва маданий меросини акс эттирганлиги учун ҳам қимматлидир. Маълумки, ҳунармандчилик соҳасида юқори техник малака талаб этилади. Маҳсулотларни яратишда материалларни ўзгартириш ва қайта ишлаш учун мукаммал усулларни билиш керак. Шу туфайли бу ҳам инновацион омилларни қўллаган ҳолда аста секинлик билан автоматлаштирилган технологияларни ва сунъий интелекдан кенг фойдаланишни йўлга қўймоқда. Пировардида, амалий санъат ва ҳунармандчилик жамиятни эстетик жиҳатдан намоиш қилиш, маданий меросни сақлаш, бадий манзараларни яратиш ва уларни сотиш орқали иқтисодий ўсишни таъминлашда муҳим роль ўйнайди.

Креатив иқтисодиёт индустриясига аудиовизуал санъатни, ижрочилик санъатини, тасвирий санъатни, мода ва дизайн санъати кабилар ҳам киради. Буларнинг ҳаммаси инсоннинг ижоди билан боғлиқ. Бунда йўқ нарсадан фақат ижодий хизмат кўрсатиш орқали маблағ топиш мумкин. Масалан, миллий тўйларимизда одамларга таъом бериш билан бирга, мусиқа санъатини ҳам тақдим этади. Қорин тўйдириш учун қанча таъом истеъмол қилсангиз, ўшанча маблағни санъаткорнинг қўшиғига сарфлаш мумкин. Бундан кўриниб турибдики, инсоннинг эҳтиёжи фақат моддий неъматлар билангина эмас, балки номоддий неъматларга ҳам қондилиши лозим экан. Демак, креатив иқтисодиёт шундай иқтисодиёт эканки, бир вақтнинг ўзида инсонларнинг моддий эҳтиёжи билан бирга неомоддий эҳтиёжларини қондиришга ҳам хизмат қилар экан.

Бугунги кунда шундай инновацион технологиялар пайдо бўлмоқдаки, инсониятнинг ҳаёт тарзини мутлақо янги сифат босқичига олиб чиқмоқда. Булардан бири креатив иқтисодиётнинг ҳаётимизга кириб келиши билан боғлиқ бўлмоқда. Мазкур иқтисодиётнинг бир йўналиши “Креатив иқтисодиёт тўғрисидаги” қонунга асосан креатив индустрияга бағишланган. Бунинг юқорида кўрганимиздек, бир қанча йўналишлари мавжуд.

Креатив индустрияси соҳасининг асосий йўналишларидан бири **архитектура, лойиҳалаштириш ва урбанизация** ҳисобланади. Архитектура креатив индустрия сифатида, инсонлар иқтисодиётини ва маданиятини ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. У креатив индустриянинг ўзига хос бир қисми бўлиб, ўзининг эстетик ва функционал хусусиятлари билан инсонларнинг такомиллашувига ёрдам беради.

Архитектуранинг креатив индустрияга киришининг бир қанча асосий сабаблари бор. Чунки архитектура ёрдамида яратилган ҳудудларнинг визуал кўринишига таъсир этади. Иншоотларнинг эстетик жиҳатлари одамларнинг ҳиссиётларига, ўйлашларига ва ижодкорлигига таъсир қилши билан бирга ушбу йўналишда у инсонларга эстетик завқ ҳам беради. Маълумки, архитектура инновациялар ва янги технологияларни жорий қилиш орқали ривожланади. Янгича материаллар ва қурилиш усуллари инсонларнинг янги ижодкорлик имкониятларини очади. Шу жиҳатдан жамиятнинг аниқ ўзгаришларини, тарихий хусусиятларини ҳам ўзида акс эттиради. Хуллас, архитектуранинг иқтисодий ва ижтимоий фаолиятларга таъсири унинг функционал хусусанликлари билан ҳам боғлиқдир.

Шу билан бирга, архитектурадаги креативлик иншоотларнинг жамият ҳаётига таъсирини ва буларнинг одамлар учун яратилганлигини, бу борадаги имкониятларни белгилайди. Демак, креатив индустриянинг архитектура йўналиши жамиятнинг ижодий, эстетик ва функционал ривожланиши учун муҳим омиллардан биридир.

Креатив иқтисодиёт индустриясининг **лойиҳалаштириш** билан боғлиқ йўналишлари белгиланган мақсадларга эришиш учун дастур ва таклифларни ишлаб чиқиш жараёни билан боғлиқдир. Ушбу жараёнда лойиҳани амалга ошириш учун керакли ресурслар, вақт, бюджет ва талабларни аниқлаш, ишланмаларни ташкил этиш, ижро этиш ва назорат қилиш ҳамда натижаларни баҳолаш тезкор равишда амалга оширилади.

Лойиҳалаштиришнинг асосий босқичлари бевосита мақсадни белгилашдан бошланади. Бунда лойиҳанинг асосий мақсади ва кўзланадиган натижалари аниқланади. Бунда лойиҳада иштирок этувчи томонлар, унга қўйилган талаблар, ресурслар ва бўлиши мумкин бўлган хатарлар таҳлил қилинади. Натижада ишланмаларни ташкил этиш ва бунда лойиҳани ўз йўналиши ва мақсадга мувофиқлигини бошқариш йўллари ишлаб чиқилади.

Бунда яна бир муҳим йўналиш бошқарув қарорларини ижро этиш жараёнида лойиҳанинг амалга оширилганлигини таъминлаш учун амалий ишлар олиб борилганлигининг натижаси ҳам ўрганилади.

Лойиҳанинг натижалари таҳлил қилинганда қилинган хулосалар ва улар асосида ишлаб чиқилган тавсиялар ҳам замон талабидан келиб чиқиб такомиллаштирилади, айнан шу масала унинг асосий мақсадига мос бўлади. Бундай лойиҳалаштириш ҳар қандай соҳада, хусусан, бизнес, қурилиш, IT, таълим, илмий тадқиқот ва бошқа соҳаларда муҳим аҳамиятга эга. Кўриб турибдики, лойиҳалаштириш креатив индустрия таркибига киритилган эмас экан. Бироқ лойиҳалаштириш масаласи кўп креатив индустриянинг қандай бўлишлигининг пайдевори. Шу туфайли ушбу жараённи киритиш муҳим аҳамият касб этади.

“Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонунда унинг индустриясига **концерт-томоша фаолиятини ва оммавий-маданий тадбирларни ташкил этилиши** ҳам киритилган. Концерт-томоша фаолияти креатив индустриянинг муҳим тармоқларидан бири эканлигини, унинг мазмуни бўйича бир неча муҳим жиҳатларни қараб чиқиш орқали кўриш мумкин. Концертлар ва томошалар креативликни намоён қилиш, ижодий ишларни кўрсатиш ва санъатнинг турли жанрларини ифода этиш билан аҳамиятли. Бунда ижодкорлар, мусиқа, рақс, театр, визуал санъат ва бошқа йўналишларда ўз истеъдодларини намоён этадилар. Булар тамонидан яратилган маҳсулоти маънавий неъмат бўлишига қарамасдан, қиймати жиҳатидан тегишли маҳсулот сифатида мамлакат ЯИМда ўзига хос ўринга ҳам эга.

Креатив индустриянинг ушбу йўналиши орқали миллат маданиятини ва қадириятларини сақлаб қолиш ҳамда равожлантиришга ҳам хизмат қилади. Концерт-томошалар миллийлик билан бирга халиқаро маданиятни таъминлашда, урф-одатлар ва анъаналарни сақлаб қолишда ҳам муҳим рол ўйнайди. Шу тариқа ушбу фаолият маданиятнинг одамлар ҳаётидаги ўрнини мустаҳкамлашишга ҳам ёрдам беради.

Яна бир муҳим жиҳат – креатив индустрия номоддий хизматлар эвазига иқтисодий имкониятларни ҳам мустаҳкамланиб боради. Концертлар ва томошалар ҳудуд иқтисодиёти учун манфаатли бўлиши билан бирга, бошқа соҳаларнинг, хусусан, туризмни, овқатланиш, савдо каби соҳаларнинг ривожланишига ҳам иштирок этади. Ушбу хизматлар эвазига иш берувчилар,

маркетинг агентликлари, муаллифлар ва ижрочилар учун ҳам янги бизнес имкониятлари яратади. Концерт-томошалар жамиятни бирлаштириш, одамларнинг муносабатларини яхшилаш ва ҳамжиҳатлик ҳиссини яратишга ҳам ёрдам беради. Бу фаолият одамларни бирга йиғиш ва умумий қарор қабул қилиш учун платформа вазифасини бажаради.

Концерт-томоша фаолияти соҳага оид технологияларнинг ҳам такомиллашиб боришига туртки беради. Ушбу жараёнда онлайн дўконлар, молиявий платформалар ва маркетинг стратегиялари кабилар креатив индустриянинг ривожланишига ҳам хизмат қилади. Шу сабабли, концерт-томоша фаолияти креатив индустрияда муҳим рол ўйнайди, чунки у ижодий изланишларни, маданиятни, иқтисодий ўсишни ва жамиятни бирлаштиришни рағбатлантириб боришга ҳам катта ҳисса қўшиб боради.

Креатив индустриянинг бир йўналиши **музейлар, бадий галереялар (кўргазмалар)** билан ҳам узвий боғлиқ. Музейлар креатив индустрия сифатида бир неча муҳим хусусиятларга эга. Булардан бири дунё арихи ва маданиятини сақлашга қаратилган. Музейлар одамлар ва жамиятлар учун муҳим тарихий ва маданий манбаларни сақлаш ва тақдим этиш вазифасини бажаради. Бу билан бугунги одамлар ўтмишини ва қадриятларини англаб этиш учун тегишли ахборотларга эга бўлади. Бу ахборотлар жуда катта бойлик бўлиб, асрлар оша сақланиб, бойиб боради. Шу жиҳатдан музейларнинг аҳамияти жуда катта.

Креатив индустриянинг бир қисми тарихий ёдгорликлар билан бирга бевосита янгилик ва инновцион жараёнлар билан ҳам ҳамоҳанг сифатида фаолият кўрсатади. Чунки музейлар ҳам янги технологиялар, интерактив намоишлар ва мультимедиа воситаларидан фойдаланиб, ўқиш ва тушуниш жараёнини яхшилашга, яъни енгиллаштиришга хизмат қилади.

Музейларда креатив таълимнинг ҳам мавжудлиги ва унинг муҳимлигидан далолат беради. Музейлар таълим соҳасида креатив ёндашувларни ривожлантириш учун платформа вазифасини бажаради. Уларда мастер-класлар, семинарлар ва таълим дастурлари ташкил қилинса, улар орқали креатив фикрлашни рағбатлантиришга ҳам эришилади. Бунда ижодкорлар билан ҳамкорлик масаласи ҳам муҳим бўғинлардан биридир. Креатив индустрияда музейлар кўп вақтдан буён ижодкорлар, рассомлар,

санъатчилар ва дизайнерлар билан ҳамкорликда ишлаши, новатор лойиҳаларни яратиши учун асос бўлиб хизмат қилади.

Турли кўргазмалар ва тадбирлар ҳам музейларда доимийлик ва вақтинчалик характерга эга бўлади. Бунда кўргазмалар, фестиваллар ва бошқа маданий тадбирларни ташкил қилиб, ижодий маҳсулотларни жамоат эътиборига тақдим этишда ҳам музейларнинг ўзига хос ўрни бор. Музейлар жамиятда иқтисодий, маданий ва ижтимоий ўзгаришларни рағбатлантириш ва креатив муҳитни яратишга ҳисса қўшиш орқали ривожланишга ижтимоий жиҳатдан таъсир кўрсатади.

Музейларнинг яна бир хусусияти, мақсадли аудиторияни шакллантириш ва уларга мослаштириш имкониятларига ҳам эга. Музейлар креатив индустриянинг талабларидан келиб чиқиб, турли мақсадли аудиторияларга, яъни болалар, катталар, жаҳон сайёҳлари ва бошқаларга мос келадиган муҳитни яратади. Бу хусусиятлар музейларнинг креатив индустриядаги ўрнини мустаҳкамлайди ва уларни маданий ривожланишда муҳим омил сифатида фаолият кўрсатишини таъминлайди.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **ахборот-кутубхона фаолияти** ҳисобланади. Бу фаолият кўплаб жараёнларни ва хизматларни ўз ичига олади. Ушбу соҳадаги асосий йўналишлардан бири, маълумотларни йиғиш ва сақлашдан иборат. Ахборот-кутубхона ташкилотлари креатив индустрия учун муҳим маълумотларни йиғиш, тизимлаштириш ва сақлаш билан шуғулланади. Булар жумласига ҳунармандчилик, санъат, дизайн, реклама ва бошқа соҳалардаги маълумотларни тўплаш жараёнларини қамраб олишида ҳам намоён бўлади.

Кутубхоналар креатив индустриядаги трендларни ва вазиятни тушуниш учун ахборот-ресурсларни таҳлил қилиб, ҳунармандлар ва дизайнерларга керакли маълумотларни тақлиф ҳам қилади. Ресурсларни таҳлил қилиш орқали турли тадқиқот ва илмий фаолиятлар ҳам амалга оширилади. Кутубхона фаолияти аксарият ҳолда тадқиқотчилар, дизайнерлар ва муаллифларга ўз ишларини ривожлантириш ва янгиликларни қўлга киритишда ҳам кўмакчилик вазифасини бажаради. Чунки одамларнинг илмий тадқиқот ишларини олиб бориши ва илмий фаолиятни ривожлантиришга ҳам асосий омиллардан бири бўлиб хизмат қилади.

Кутубхоналар креатив индустриядаги ўқиш жараёнларини рағбатлантириш учун кўргазмалар, семинарлар ва мастер-классларни ташкиллаштиришда ҳам муҳим йўналиш ҳисобланади. Чунки турли ижодий тақдимотлар, кўргазмалар ва семинарлар ташкил қилиш орқали ушбу мақсадларнинг тўлиқ амалга оширади. Ҳозирги рақамлаштириш шароитидан келиб чиқиб, ахборот-кутубхона фаолиятида электрон ресурсларни яратиш ва рақамлаштириш муҳим аҳамиятга эга бўлиб бормоқда. Бу креатив контентни онлайн платформаларда тарқатишга ёрдам беради.

Кутубхоналар креатив индустриясида ҳамкорлик йўналиши ҳам эътиборга молик масалалрдан биридир. Чунки кутубхона бошқа ташкилотлар, санъат галереялари, университетлар (олий ўқув юртлари) ва тадқиқот марказлари билан ҳамкорликни айнан электрон алоқалар бўйича ҳам амалга ошириш имкониятларига эга бўлиб бормоқда. Шу орқали кутубхоналар янги ҳунармандлар ва ижодкорларга ахборот-ресурсларни, турли маълумотларни тақдим этишлари орқали уларни рағбатлантиришга ҳам эришиб келмоқда. Бундай рағбатлантириш фаолияти орқали кутубхоналар креатив индустрияси туфайли муаллифлик ҳуқуқлари ва интеллектуал мол-мулк ҳуқуқлари асосида илмий ихтироларни муҳофафза қилиш жараёнларида ҳам иштирок этиш имкониятларига эга бўлади.

Кўриниб турибдики, креатив индустриядаги ахборот-кутубхона фаолияти аҳолининг ижоди ва илмий манбалар билан таъминлашда жуда муҳим роль ўйнайди. Чунки у ижодкорларни рағбатлантириш ва уларни керакли маълумот билан таъминлашда катта ўринга эга. Зеро, кутубхоналарда барча бадиий, илмий, илмий оммабоп адабиётлар сақланади ва ўқувчиларни керак пайтда таъминлаб туради. Буларнинг яна бир аҳамиятли жиҳати тарихимиз ҳам, қадриятларимиз ҳам, илмий ва бадиий асарларимиз ҳам айнан шу масканда тўпланиб, сақланиб борилади.

Кўриниб турибдики, креатив иқтисодиёт индустриясининг барча турлари ва уларнинг барқарор йўналишлари инсоният ҳаётининг ажралмас қисмига айланган. Шу йўл билан аҳоли фаровонлигини нафақат моддий неъматлар билан, балки маънавий (номоддий) неъматлар билан ҳам ошириш орқали мамлакат иқтисодиётини юксалтириш имкониятларига ҳам эга. Демак креатив иқтисодиёт иқтисодиётнинг бир тури сифатида мунтазам равишда

ривожланиб боради ва шу йўналишда мамлакатимиз иқтисодиётини ҳам ривожлантиради.

“Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги қонунда креатив индустриянинг бир қатор йўналишлари келтирилди. Ушбу йўналишлардан бири **нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятлардан** иборат эканлиги ҳам таъкидланган. Чунки, нашриёт ва матбаа соҳасидаги ижодий фаолиятлар креатив индустриянинг муҳим бир қисми сифатида майдонга чиққан. Уларнинг асосий хусусиятлари ва функциялари маълум бир элементларни ўз ичига олади. Булардан муҳимларидан бири ижодий контент яратишдан иборатдир. Нашриёт ва матбаа соҳаси ёзувчилар, муҳаррирлар, дизайнерлар ва бошқа ижодкорлар томонидан ижодий контент (китоблар, журналлар, газеталар, буклетлар ва бошқалар) яратиш билан боғлиқ.

Электрон нашрларнинг пайдо бўлиши, рақамли форматлар ва интернет платформалари орқали матбаа соҳасини янада ривожлантириш ва имкониятларни кенгайтириш учун замин яратди. Бундай илғор замонавий технологиялар орқали шиддат билан ривожланаётган замонда мамлакатимиз тарққиётини ҳам таъминлаш имконини беради. Ушбу жараёнда ўз иш жараёнида нашриётлар, китоб дўконлари ва матбаа корхоналари ижодий ишларни самарали тарғиб қилиш учун маркетинг ва реклама стратегияларини ишлаб чиқиш орқали маркетинг стратегиясини ҳам мувоффақиятли амалга ошириш имкониятларига эга бўлмоқда.

Нашриёт ва матбаа соҳасида фильмлар, мультфильмлар, электрон ўйинлар ва бошқа ижодий соҳалар билан кўп соҳали ҳамкорликларни ривожлантириш имконияти ҳам яратилмоқда. Шу йўналишда ижодий ижтимоий платформа орқали ижодкорларни, мухлисларни ва ўқувчиларни бирлаштирган кўпқиррали ижодий жамиятлар платформаси ҳам шаклланади. Креатив индустрия маҳсулотларининг тарихий, маданий ва ижтимоий самарадорлиги билан бирга иқтисодий самарадорлиги ҳам мавжуд. Бу ижодий маҳсулотлар (китоблар, журналлар, матнлар) сотишидан олинган даромадлар эвазига шаклланади.

Нашриёт ва матбаа соҳасида ижодкорлар ҳуқуқи, муаллифлик ҳуқуқи ва лицензия сиёсати мавжуд. Бунда муҳим ҳужжатлардан бири муаллифлик ҳуқуқи бўлиб ҳисобланади. Бу элементлар креатив индустриянинг

ривожланишига, аниқлашувига ва маҳаллий ҳамда глобал миқёсда самарали фаолият олиб борилишига хизмат қилади.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **оммавий ахборот воситалари** соҳасидаги ишлардан иборат. Бунда интернет орқали жаҳон ахборот тармоғига уланиш йўли билан амалга ошириладиган ижодий фаолият асосий ўринга эга. Чунки оммавий ахборот воситалари креатив индустриянинг муҳим бир қисми ҳисобланади. Уларнинг креатив индустрия эканлиги бир қатор омилларда намоён бўлади. Буларга контент яратишни мисол келтириш мумкин. Чунки, оммавий ахборот воситаларида (телевидение, радио, интернет-сайтлар, ижтимоий тармоқлар ва бошқалар) оригинал ва янги контент яратиш имконияти мавжуд. Бу контент яратиш жараёнида ижодий ёндашув, дизайн, сценарий яратиш, видеолаштириш ва бошқа креатив жараёнларнинг иштирокини ўз ичига олади.

Контентлар ҳар хил форматларда яратилади. Оммавий ахборот воситалари турли форматларда, масалан, визуал (фото, видео), аудио (радио шоу, подкастлар), матн (мақолалар, хабарлар) тарзда контент тақдим этишади, бу уларнинг ижодий салоҳиятини кўрсатади. Оммавий ахборот воситаларида ҳаракат қиладиган журналистлар, сценаристлар, продюсерлар, дизайнёрлар ва бошқа ижодкорлар ижодий жамоа креатив индустриянинг ажралмас қисми ҳисобланади. Улар биргаликда ишлаб чиқарган контент ва лойиҳалар креатив маънога эга бўлади.

Оммавий ахборот воситалари билан креатив лойиҳалар орасида ижтимоий мавзулар, маданиятни ривожлантириш, санъат ва ижодкорларни қўллаб-қувватлаш бўйича иш олиб борилади. Ушбу воситалар маданият ва ижоднинг тарқалишида ижтимоий ҳамжиҳатликка мос функцияга эга. Оммавий ахборот воситалари рақамли технологияларни ўзлаштириш орқали янги ижодий имкониятларни яратади, масалан, виртуал реаллик, интерактив контент ва идентификация усуллари каби технологияларнинг интеграциясини ҳам яратади.

Креатив индустрияда оммавий ахборот воситалари бозорни яратиш, брендларни ривожлантириш ва реклама билан боғлиқ лойиҳаларда иштирок этиш орқали ижодий самарадорликни ошириш учун пайдевор яратади ва шу бозорда рақобат муҳитини ҳам яратади. Кўриниб турибдики, буларнинг бари

оммавий ахборот воситаларининг креатив индустрияни ташкил этишдаги ролини намоён қилади.

Креатив индустриянинг **рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолияти** замонавий усуллардан биридир. Рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолият — бу рақамли форматда яратилган, янгича яқинлашувлар ёки ечимлар пайдо қилишга қаратилган фаолиятлар жамланмасидан иборат. Ушбу соҳада ижодий фаолият ҳар хил шаклларда бўлиши мумкин. Булар жумласига **дизайн**ни киритиш мумкин. Булар график дизайн, анимация, веб-дизайн, UX/UI дизайн ва бошқалардан иборат бўлади. Яна бир йўналиш мультимедия бўлиб, булар видеолар, подкастлар, фотографиялар ва аудиоконтентлардан иборат.

Рақамли технологиялар соҳасидаги ижодий фаолиятининг бир йўналиши дастурлаш бўлиб, бунда новаторлик дастурлари, мобил иловалар, веб сайтлар ёки ижодий алгоритмлар ишлаб чиқиши кўзда тутилган. Бунинг йўналишларидан бири, рақамли санъат бўлиб ҳисобланади. Бунга фотороликларни қилиш, рақамли тасвирлар ёки интерактив санъат кабиларни киритиш мумкин. Шу йўналишда ўйинлар яратиш ҳам мавжуд бўлиб, бунда турли видеоўйинлар, интерактив сценарийлар ишлаб чиқиши ҳам кўзда тутилган.

Шундай қилиб, ижодий фаолият рақамли технологиялар орқали одамларга янги тажрибалар, билимлар ва ечимлар беришга ёрдам беради. У шунингдек, янги маҳсулотлар ва хизматларни яратиш, бозорни янгилаш ва жамиятни ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. Чунки ушбу жараёнда номоддий неъматлар яратиш орқали катта маблағ ишлаш имкониятларини ҳам яратиш мумкин.

Креатив индустриянинг бир йўналиши **реклама соҳасидаги ижодий фаолиятдан** иборат. Чунки реклама соҳасидаги ижодий фаолият креатив индустриянинг муҳим бир қисми ҳисобланади. Креатив индустрия бевосита иктисодий ўзгартиришларни, ижодий фаолият ва самарали янгиликларнинг яратилишида муҳим рол ўйнаётган соҳаларни қамраб олади. Реклама ушбу соҳада бир қатор йўналишларда амалга оширилади. Хусусан, улардан бири брендинг бўлиб ҳисобланади. Реклама инсонлар учун брендларни аниқлаш ва идентификация қилиш имконини беради. Бугунги кунда жаҳоннинг турли давлатларидан брендларнинг кириб келиш ва жонли рақобатда иштирок

этиши алоҳида компанияларга йирик брендларни яратиш имконини бермоқда.

Реклама фаолияти ижодий контент яратишга ҳам асосланган. Креатив кампаниялар, анимация, видеолар, графикалар ва ўйинли конструкциялар рекламаларни самарали қилиш ва креатив контент яратиш учун зарур бўлади. Ушбу йўналиш корхоналарнинг маркетинг стратегиялари билан ҳам узвий боғлиқликда амалга оширилади. Кўриниб турибдики, рекламалар ҳаётимизнинг турли жиҳатларини қамраб олади, жумладан, соғлиқни сақлаш, модалар, технологиялар ва бошқалар. Креатив индустриялар рекламага қараш хавфини мустаҳкамлаши дастурлари ва реклама стратегиялари орқали новаторликнинг усулларини белгилайди.

Креатив реклама кампаниялари инсонлар эътиборини жалб қилиш ва уларнинг муносабатини яратувчи ва мустаҳкамловчи ёзувларни талаб қилади. Ижодлар рекламани бошқаларидан фарқли даражада ёдда қоларли ва жозибадор қилишга ва ўзгаларнинг эътиборини жалб қилишга ёрдам беради. Шунингдек, социаль медиа ва рақамли технологиялар ҳам замонавий реклама орқали ижодий фаолият рақамли платформалар, ижтимоий тармоқлар ва интерактив реклама форматларини қамраб олади, бу эса креатив индустрияни ривожлантиради. Пировардида реклама соҳасидаги ижодий фаолият креатив индустриянинг муҳим компонентларидан бири сифатида иқтисодий ривожланиш, брендларнинг ижобий имиджини яратиш ва ижтимоий таъсирни кучайтиришда муҳим роль ўйнайди.

Креатив индустриянинг яна бир йўналиши **санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга** доир фаолиятларни ўз ичига олади. Зеро, санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асрашга доир фаолиятлар ҳам креатив индустриянинг муҳим қисми ҳисобланади. Креатив индустриялар, ўз навбатида, одамларнинг ижодий потенциалини амалдаги маҳсулотларга ва хизматларга айлантиришга йўналтирилган соҳа бўлиб, бунда санъат, маданият ва янги технологиялар ўртасидаги алоқа катта аҳамиятга эга.

Маданий мерос объектларини асраш фаолиятлари, жумладан, музейлар, галереялар, кўргазмалар, маданий тадбирлар ва бошқа ҳаракатлар креатив индустриядаги ижодий жараёнларни ташкил этади. Бу соҳада амалга ошириладиган ислохотлар, янгиланиш ва инновацияларни

оммалаштиришни таъминлаш билан бир қаторда, маданий анъаналарни сақлашга, ривожлантиришга ва уларни келажак наслига етказишга ҳам хизмат қилади.

Бундай фаолиятлар ўзининг ижодий йўналишлари, бепоён имкониятлари билан креатив индустрияларда яратилган буюмлар ва бошқа ўхшаш йўналишлар билан интеграция қилинган ҳолда, кенг ижодий ва иқтисодий фаолиятларни ривожлантиришга ёрдам беради. Креатив индустрияларда муҳим ўрин тутадиган маданий мерос, дунёнинг турли жойларидаги хусусиятларни ва урф-одатларни намоён этади, бу эса туризм, ижодий таълим ва технологик иновациялар каби соҳалар учун катта имкониятлар яратади.

Шу боис, санъат ашёлари ва маданий мерос объектларини асраш билан боғлиқ фаолиятлар креатив индустриянинг асоси бўлиб ҳисобланади. Бу индустрия жамиятни ривожлантириш, иқтисодий ўсиш ва маданий алмашувга муваффақият билан хизмат қилади.

Хулоса ва таклифлар.

Креатив иқтисодиётнинг мазмуни, унинг тарифи, принциплари ва индустриясининг турларини тадқиқ қилиш жараёнида бир қанча хулосаларга келинди.

Биринчидан, “Креатив иқтисодиёт” фанини яратиш ва уни олий ўқув юртларида дарслик сифатида киритиш ва амалиётда қўллаш, ушбу дарслик асосида кадрларни тайёрлашга, қайта тайёрлашга ва уларнинг малакасини оширишга доир давлат таълим стандартларини ҳамда таълим дастурларини такомиллаштириш ҳам мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз.

Иккинчидан, креатив иқтисодиётнинг ҳисоб-китобини алоҳида тармоқлари бўйича олиб бориш ва унинг мамлакат Ялпи ички маҳсулотидаги (ЯИМ) ва ҳудудий маҳсулотлар таркибидаги ҳиссасини аниқ ҳисоб-китобини юритиш ҳам мақсадга мувофиқ.

Учинчидан, креатив иқтисодиётга давлат, хусусий инвестицияларни жалб қилиш ва давлат-хусусий шерикчилик асосида ривожлантириш йўллариини ишлаб чиқиш ва мазкур соҳада тадбиркорликнинг инновацион рақамли иқтисодиёт имкониятларидан фойдаланган ҳолда ҳамоҳанг равишда олиб бориш қоидаларини ҳам ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Тўртинчидан, креатив иқтисодиётни тез ва сифатли ўзлаштириш учун мазкур соҳага дуал таълимни жорий қилиш, бунда назарий билимлар билан бирга амалий кўникмаларнинг узвий боғлиқлигини таъминлашга ҳам алоҳида эътибор қаратиш.

Бешинчидан, мазкур соҳа бўйича жаҳон тажрибасини ўрганиш ва ундан фойдаланиш учун ривожланган мамлакатлардаги етакчи халқаро таълим ташкилотлари билан биргаликда соҳага оид ихтисослаштирилган қўшимча таълим дастурларини ва булар асосида ўқув-услугий, илмий ва амалий адабиётларни ҳам яратиш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Хулоса қилиб айтганда, креатив иқтисодиётнинг фанга кириб келиши, унинг олий таълим да ўқитилиб, мутахассисларга шу йўналишда билим берилиши, иқтисодиётнинг бир муҳим тури сифатида мамлакатлар иқтисодиётининг юксалишига, рақобатбардошлигининг мустаҳкамланишига, аҳолининг фаровонлигининг ошишига хизмат қилади.

Адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг 2024 йил 3 октябрда имзоланган “Креатив иқтисодиёт тўғрисида”ги ЎРҚ-970-сонли Қонуни. Қонунчилик палатаси томонидан 2024 йил 30 сентябрда қабул қилинган. Сенат томонидан 2024 йил 30 сентябрда маъқулланган. 3 октябрь куни имзоланган.
2. Мамаюнус Пардаев, Мурод Мухаммедов, Обид Пардаев. Иқтисодиётнинг турлари ва таърифлари. // <https://telegra.ph/I%D2%9Btisodiyotning-turlari-va-tariflari-07-08-2>. 2666. 12.02. 7 август 2024 йил.
3. Ботир Усмонов, Нима учун креатив иқтисодиёт? 07. ноябрь 2024. Телеграмнинг “Халқ сўзи” сайтида.
4. Мирҳабиб Сайфуллаев. Креатив иқтисодиёт – барқарор ривожланиш гарови. // https://uza.uz/uz/posts/kreativ-iqtisodiyot-barqaror-rivozhlanish-arovi_644945.
5. Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. ЎзА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадоев билан суҳбати. <https://uza.uz/category/business>.
6. Креатив индустрия: креатив маҳсулот ва хизматлар бозори ривожланади. // ЎзА мухбири Норгул Абдураимованинг Эркин Гадоев билан суҳбати. <https://daryo.uz/>.

7. Мадина Дурман. Ўзбекистон учун ижодий иқтисодиёт жуда муҳимлиги ва бунинг сабаблари айтилди. // <https://daryo.uz/>
8. Мамаюнус Пардаев. КРЕАТИВ ИҚТИСОДИЁТНИНГ ТАЪРИФИ ВА ПРИНЦИПЛАРИ. // <https://telegra.ph/KREATIV-I%D2%9ATISODIYOTNING-TARIFI-VA-PRINCIPLARI-11-10>. SamTVR I MTRK/. 2024.11.10 540. 12:48. – 0,2 б.т.
- 9.. Мамаюнус Пардаев. КРЕАТИВ Индустрия соҳалари ва уларнинг мазмуни. // <https://telegra.ph/KREATIV-INDUSTRIYA-SO%D2%B2ALARI-VA-ULARNING-MAZMUNI-11-11> SamTVR I MTRK/. 2024.11.11 552. 8:42. – 0,2 б.т.
10. Тухлиев Искандар Суёнович. Ўзбекистонда креатив туризмни ривожлантириш хусусиятлари. <https://telegra.ph/%D0%8EZBEKISTONDA-KREATIV-TURIZMNI-RIVOZHLANTIRISH-HUSUSIYATLARI-11-11>. SamTVR I MTRK/. 2024.11.11 161. 20:37. – 0,2 б.т.
11. Ризаев Нурбек. Ёрқин келажак учун “Ақилли” технологиялар. // “Халқ сўзи” газетаси. 224 йил 31 октябрь. 223 сон. – 1 ва 4 бетлар.