ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

Ushbu darslik jahon muzeyshunosligining evolyutsion jarayonlarini antik davrdan zamonaviy raqamli bosqichgacha bo‘lgan davrini qamrab oladi. Unda muzeologiyaning fan sifatida shakllanishi, muzey ashyolarini hujjatlashtirish va saqlashning ilmiy asoslari hamda muzey menejmenti va marketingining o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilingan. Nashr magistrantlar va soha mutaxassislari uchun jahon muzeylarining eng ilg‘or tajribalarini o‘rganishda muhim manba bo‘lib xizmat qiladi.



Yakubova Dilaram Tadjiyevna – Tarix fanlari doktori (DSc), professor. Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti “Tarix va falsafa” kafedrasi mudiri. O‘zbekiston tarixi va muzeyshunoslik yo‘nalishida ko‘plab ilmiy ishlar, darslik va qo‘llanmalar muallifi.

9 786209 824548

Globe EDIT

ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

Yoqubova, Ollomurodov, Jonqobilov

FOR AUTHOR USE ONLY

Globe EDIT



Dilaram Yoqubova · Nurali Ollomurodov · Jaxongir Jonqobilov

ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

Jahon muzeyshunosligi taraqqiyoti, nazariy asoslari va zamonaviy tendensiyalari tahliliga bag‘ishlangan darslik

Dilaram Yoqubova
Nurali Ollomurodov
Jaxongir Jonqobilov

ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

Dilaram Yoqubova
Nurali Ollomurodov
Jaxongir Jonqobilov

ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

Jahon muzeyshunosligi taraqqiyoti, nazariy asoslari va zamonaviy tendensiyalari tahliliga bag‘ishlangan darslik

FOR AUTHOR USE ONLY

GlobeEdit

Imprint
Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: www.ingimage.com

Publisher:
GlobeEdit
is a trademark of
Dodo Books Indian Ocean Ltd. and OmniScriptum S.R.L publishing group

120 High Road, East Finchley, London, N2 9ED, United Kingdom
Str. Armeneasca 28/1, office 1, Chisinau MD-2012, Republic of Moldova, Europe
Managing Directors: Ieva Konstantinova, Victoria Ursu
info@omniscriptum.com

Printed at: see last page
ISBN: 978-620-9-82454-8

Copyright © Dilaram Yoqubova, Nurali Ollomurodov, Jaxongir Jonqobilov
Copyright © 2026 Dodo Books Indian Ocean Ltd. and OmniScriptum S.R.L publishing group

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
DENOV TADBIRKORLIK VA PEDAGOGIKA INSTITUTI

YOQUBOVA DILARAM TADJIYEVNA
OLLOMURODOV NURALI YOQUB O‘G‘LI
JONQOBILOV JAXONGIR NORMUMIN O‘G‘LI
BOBORAHIMOV SHOXRUXBEK INOYATULLA O‘G‘LI

FOR AUTHOR USE ONLY

ZAMONAVIY JAHON MUZEYSHUNOSLIGI

(Darslik)

Denov 2026

UO‘K:872.568:658.2

Yoqubova Dilaram Tadjiyevna, Ollomurodov Nurali Yoqub o‘g‘li, Jonqobilov Jaxongir Normumin o‘g‘li, Boborahimov Shoxruxbek Inoyatulla o‘g‘li Zamonaviy jahon muzeyshunosligi. Darslik --. -Denov 2026. – 269-bet.

Oliy o‘quv yurtlari tarix yo‘nalishi magistratura talabalari uchun mo‘ljallangan ushbu “Zamonaviy jahon muzeyshunosligi” darsligi jahon muzeyshunosligi taraqqiyotining eng muhim bosqichlari, muzeylar faoliyatining nazariy va amaliy asoslari hamda zamonaviy rivojlanish tendensiyalarini qamrab oladi. Darslikda qadimgi davrlardan to hozirgi kungacha bo‘lgan muzey ishining shakllanishi va rivojlanish jarayonlari keng yoritilgan.

Mazkur darslik mustaqillik yillarida olib borilgan ilmiy tadqiqotlar natijalari, ilg‘or xorijiy tajribalar hamda sohadagi innovatsion yondashuvlar bilan boyitilgan bo‘lib, muzeyshunoslik fanini o‘qitish jarayoniga zamonaviy metod va texnologiyalarni joriy etilishi bilan avvalgi o‘quv adabiyotlardan farq qiladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Taqrizchilar:

t.f.d. T.R. Pardayev – Samarqand davlat universiteti professori

t.f.d. M. Qurbonova – Buxoro davlat universiteti professori

Darslik Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti Kengashining 2025-yil 30 dekabrdagi 4 -sonli majlisi bayonnomasi bilan nashrga tavsiya etilgan.

Yoqubova D, Ollomurodov N, Jonqobilov J,
Boborahimov Sh. 2025

KIRISH

Bugungi globallashuv jarayonlari sharoitida tarixiy xotirani muhofaza qilish, milliy madaniy merosni asrab-avaylash hamda uni zamonaviy ilmiy va metodik yondashuvlar asosida keng targ‘ib etish masalalari alohida dolzarblik kasb etmoqda. Aynan shu jarayonda muzeylar jamiyatning tarixiy tafakkurini shakllantiruvchi, milliy o‘zlikni anglashga xizmat qiluvchi, madaniy merosni saqlash va uni kelajak avlodga yetkazishni ta’minlovchi muhim ijtimoiy-madaniy institut sifatida namoyon bo‘lmoqda. Shu sababli O‘zbekiston Respublikasida muzeyshunoslik sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan.

Har bir jamiyat taraqqiyot sari intilar ekan, o‘z tarixiy ildizlariga murojaat qilishi, asrlar davomida shakllangan urf-odatlar, an’analar va madaniy yodgorliklarni chuqur o‘rganish hamda asrashga ehtiyoj sezadi. Bu borada muzeylar alohida ahamiyatga ega bo‘lib, ular o‘tmishdan meros bo‘lib qolgan moddiy va ma’naviy boyliklarni jamlab, ularni belgilangan me’yorlar asosida saqlash va jamoatchilikka taqdim etish vazifasini bajaradi. Muzeylar orqali tarixiy, madaniy va tabiiy meros yagona tizimga solinadi hamda keng ommaga yetkaziladi.

Muzeyshunoslik tarixiy va madaniy merosni o‘rganish, saqlash, ularni muhofaza qilishning zamonaviy sharoitlarini yaratish hamda jamiyat hayotida muzey institutining rolini kuchaytirishga qaratilgan ilmiy-amaliy soha hisoblanadi. O‘zbekiston mustaqillikka erishgach, mazkur soha davlat siyosatining muhim yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev rahbarligida muzeylar faoliyatini takomillashtirish, ularni zamonaviy talablar asosida rivojlantirish, xalqning madaniy xotirasini mustahkamlash va milliy o‘zlikni anglashni kuchaytirish, shuningdek, yosh avlodni vatanparvarlik ruhida tarbiyalashga qaratilgan keng ko‘lamli chora-tadbirlar izchil amalga oshirilmoqda.O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev o‘z nutq va chiqishlarida muzeylarni “xalqimizning boy tarixi, bebaho madaniy merosi va milliy qadriyatlarini mujassam etgan muhim ma’naviy maskanlar” sifatida baholab, ularning nafaqat saqlash, balki ilmiy-tadqiqot, tarbiyaviy va turistik funksiyalarini kuchaytirish zarurligini alohida ta’kidlab kelmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

Prezidentning fikricha, muzeylar yosh avlodni vatanparvarlik, tarixiy xotiraga hurmat va milliy g‘urur ruhida tarbiyalashda samarali vosita bo‘lib xizmat qilishi lozim.

Prezidentning 2022-yil 27-maydagi «Muzeylarda xizmatlar sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» Qarori № RP-261 muzeylar xizmatlarining marketing siyosatini mustahkamlash, innovatsion texnologiyalarni qo‘llash, yangi ekspozitsiyalar yaratish va muzey to‘plamlarini keng targ‘ib etishga oid kompleks chora-tadbirlarni belgiladi, shu bilan muzeylar faoliyatini jamiyat hayotiga yanada integratsiya qilishga turtki berdi. Ushbu qaror asosida respublika bo‘yicha davlat muzeylarida 2022-2023-yillarda qo‘shimcha xizmatlar joriy etilishi, yangi ilmiy-targ‘ibot ekspozitsiyalarini yaratish hamda restavratsiya laboratoriyalarini tashkil etish rejasi tasdiqlandi, bu muzeylar faoliyati sifatini oshirishga xizmat qiladi. Shuningdek, Prezident qarori sifatida 2022-yil 27-mayda qabul qilingan № RP-261–sonli qaror muzeylar faoliyatini qo‘llab-quvvatlash, ularni modernizatsiya qilish va xalqaro standartlarga moslashtirish bo‘yicha resurs va ilmiy-uslubiy qo‘llab-quvvatlash tizimini yo‘lga qo‘yishni ko‘zda tutadi. Shuningdek, 2018-yil 28-noyabrda qabul qilingan **PQ–4068-sonli “O‘zbekiston Respublikasida madaniyat va san’at sohasini yanada rivojlantirish to‘g‘risida”gi Qaror** muzeylar faoliyatini tubdan isloh qilish, ularning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash, ekspozitsiyalarni zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida boyitish hamda muzeyshunoslik sohasida kadrlar tayyorlash masalalariga alohida e’tibor qaratdi. Ushbu qarorda muzeylarni ta’lim, fan va turizm bilan uzviy bog‘lash zarurligi alohida qayd etilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Davlat rahbari tomonidan ilgari surilgan yana bir muhim tashabbus – **O‘zbekiston Milliy muzeyini tashkil etish** loyihasidir. Ushbu muzey mamlakat tarixini yagona konsepsiya asosida aks ettiruvchi, ilmiy-tadqiqot, restavratsiya va ta’lim funksiyalarini o‘zida mujassam etgan yirik madaniy markaz sifatida rejalashtirilmoqda. Prezident bu muzeyni “xalqimiz tarixining tirik guvohi va kelajak avlod uchun ma’naviy maktab” sifatida baholagan

Prezident Mirziyoyevning siyosatida muzeyshunoslik — nafaqat tarixiy ob’ektlarni saqlash, balki ulardan keng ommaga ma’rifiy, madaniy va tarbiyaviy

maqsadlarda foydalanish, global madaniy maydonda O‘zbekiston tarixiy merosini targ‘ib etish vositasi sifatida e’tirof etiladi. Buning yorqin ifodasi sifatida 2025-yil 27-avgust kuni O‘zbekiston Milliy muzeyi qurilishiga tamal toshi qo‘yilishi muzeylar tizimining zamonaviy texnologiyalar bilan qurollantirilgan markaziga aylanishiga xizmat qiluvchi tarixiy voqea bo‘ldi. Ushbu hujjatlar va davlat siyosati asosida muzeyshunoslik sohasi O‘zbekistonda nafaqat ilmiy tadqiqot obyekti, balki madaniy merosni asrash, yoshlar tarbiyasini shakllantirish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish vositasi sifatida yangi bosqichga ko‘tarilmoqda. Shu jihatlar muzeyshunoslikning bugungi taraqqiyot yo‘nalishlarini, uning jamiyatdagi ijtimoiy-madaniy ahamiyatini tahlil qilishni talab etadi.

Sh. M. Mirziyoyev muzeylar faoliyatini zamonaviy talablar asosida takomillashtirish, ularning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash, ekspozitsiyalarni innovatsion texnologiyalar bilan boyitish hamda muzeylarni ilm-fan va ta’lim bilan integratsiyalash masalalariga alohida e’tibor qaratmoqda. Prezident tashabbuslari asosida muzeylarni raqamlashtirish, interaktiv ko‘rgazmalar tashkil etish, xalqaro hamkorlikni kengaytirish orqali ularning jahon madaniy makonidagi o‘rnini mustahkamlash vazifalari belgilab berilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Davlat rahbari tomonidan muzeyshunoslik sohasini rivojlantirish masalalariga alohida e’tibor qaratilib, ushbu yo‘nalishda yuqori malakaga ega mutaxassislarni tayyorlash, ilmiy tadqiqotlarni rag‘batlantirish hamda muzeylarni turizm infratuzilmasining muhim tarkibiy qismiga aylantirish zarurligi ta’kidlab kelinmoqda. Shu bilan birga, muzeylarni jamiyat uchun “jonli tarix maskani” sifatida shakllantirish g‘oyasi ilgari surilib, bu yondashuv muzeyshunoslik fanining nazariy asoslari va amaliy faoliyatini yanada boyitishga xizmat qilmoqda.

Bugungi kunda dunyo miqyosidagi muzeylar oldida “XXI asr muzeyi qanday bo‘lishi va u tashrifchilar e’tiborini qaysi usullar orqali jalb etishi mumkin?” degan dolzarb savol turibdi. Zamonaviy sharoitda muzey eksponatlarini faqat an’anaviy usulda namoyish etish bilan cheklanib qolmasdan, ularni ilg‘or texnologiyalar yordamida interaktiv va innovatsion shakllarda targ‘ib qilish imkoniyatlari

kengaymoqda. Hozirgi davrda axborot texnologiyalari muzey faoliyatining ajralmas qismiga aylanib, uning samaradorligini sezilarli darajada oshirmoqda.

Ayniqsa, internet texnologiyalari asosida tashkil etilayotgan virtual ko‘rgazmalar zamonaviy muzey ishining muhim yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, ular foydalanuvchilarga masofadan turib, istalgan vaqtda dunyoning yetakchi muzeylari bilan tanishish imkonini bermoqda. Bu holat muzey faoliyatining ommabopligini yanada kuchaytirmoqda.

Zamonaviy muzeylar avvalgi yillardagi bir xil ekspozitsiyalar, o‘zgarmas ko‘rgazmalar va an’anaviy ekskursiya shakllaridan voz kechib, tashrifchilarning qiziqish va ehtiyojlariga mos yangi faoliyat yo‘nalishlarini joriy etmoqda. Fan va texnika taraqqiyoti natijasida muzeyshunoslik sohasida muzey marketingi va menejmenti, muzey pedagogikasi, imkoniyati cheklangan shaxslar uchun moslashtirilgan ekspozitsiyalar, virtual muzeylar hamda raqamli texnologiyalar asosidagi loyihalar kabi zamonaviy yo‘nalishlar shakllandi.

Natijada muzeylar o‘z faoliyat doirasini kengaytirib, faqat madaniy merosni saqlash va targ‘ib etish bilan cheklanmay, balki zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy hamda madaniy jarayonlarning faol ishtirokchisiga aylanmoqda. Bu jarayon tarixiy obidalarni restavratsiya qilish, muzey-qo‘riqxonalarni muhofaza etish bilan bir qatorda, ularni jonli rivojlanish bosqichiga olib chiqish, milliy hunarmandchilik an’analarini qayta tiklash va rivojlantirish orqali ham namoyon bo‘lmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

1-MAVZU: KIRISH. MUZEOLOGIYA TUSHUNCHALARI VA ILK NAZARIY TADQIQOTLAR.

REJA:

1. **Kirish.**
2. **Muzeologiya tushunchalari**
3. **Ilk nazariy tadqiqotlar.**
4. **Muzeyshunoslik predmeti va metodlari.**

Tayanch iboralar: Muzeyshunoslik, Muzeologiya, noyob narsalar, IKOM, Xalqaro muzeylar, Moddiy madaniyat, I.Neustupniy, Museumkunde.

1.1 Kirish.

O‘zbekiston ko‘p asrlik ulkan tarixga ega, madaniy yodgorliklar, qadriyatlar va an’analarga boy mamlakatdir. Mustaqilligimizning dastlabki kunlaridan boshlab, o‘zbek xalqi tomonidan asrlar davomida yaratilgan ulkan tarixiy-madaniy merosni tiklash davlat siyosatining eng muhim ustivor yo‘nalishlardan biriga aylandi. Hozirgi globallashuv sharoitida madaniy merosni asrab-avaylash masalasining ustuvor ahamiyat kasb etishi dunyo xalqlari o‘z tarixiy ildizlari va madaniy qadriyatlarini tobora chuqurroq anglab borayotganini yaqqol namoyon etmoqda. Jamiyatdagi va madaniy sohadagi o‘zgarishlar madaniy meros tushunchasini ham o‘zgartirib bormoqda. Muzey va jamiyat o‘rtasidagi uzviy aloqa madaniy merosning muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda. Hozirgi zamon sharoitida madaniy yodgorliklar alohida ahamiyatga ega bo‘lib, bugungi ijtimoiy madaniy jarayonlarning faol ishtirokchisi ekanligiga guvoh bo‘lmoqdamiz. Bugungi kunda kundalik materiallar va ma’naviy boyliklarni asrab-avaylash jarayonida muzeylar muhim kasb etib, sud jarayoni hozirgi davr muzeylaridan mazmun va shaklda keskin farq qilmoqda. Zamonaviy muzeylar madaniy merosning yangi xususiyatlarini ochib berar ekan, millatlararo hamjihatlik va bag‘rikenglik qarorlarini qaror toptirishga ham xizmat qilish kerak. Zero, bu kabi faoliyat etnomadaniy ziddiyatlarning olinishi, turli xalqlar madaniyatiga hurmat va sezilarli darajada muhim omil bo‘ladi. Tarixiy merosni saqlab qolish uni kelajak

FOR AUTHOR USE ONLY

avlodlarga yetkazish, hamda g‘amxo‘rlik qilish, milliy qadriyatlarni isloh qilish, yoshlar vatanparvarlik, tarixiy va madaniy qadriyatlarga ehtirom ruhida tarbiyalashda muzeylarning o‘rni alohida e’tirof etish.

— Muzey insoniyat tarixida yoki yangi kashf etilgan material va ma’naviy yo‘llarni saqlab qolish va keyingi avlodlarga xizmat ko‘rsatish uchun muhim madaniy maskandir. U jamiyatning o‘z tarixiy o‘tmishi va madaniy merosiga bo‘lgan munosabatini aks ettiruvchi ramziy ko‘zgudir. Shu bois muzeylar zamon talablari va ijtimoiy taraqqiyot bilan uyg‘un holda faoliyat yuritishi, yangi zamonaviy va uslublarni joriy etishi lozim. Bugungi muzeylar’z imkoniyatlar doirasini tasarruf etish, an’anaviy madaniy merosni saqlash va targ‘ib etish bilan cheklanish, balki zamonaviy iqtisodiy madaniy jarayonlarning ajralmas qismiga aylanib ketish. Bu holat tarixiy obidalarni restavratsiya qilish, yodgorliklarni saqlash, muzey-qo‘riqxonalarni rivojlantirish bilan bir qatorda, ularning faol madaniy makonga tikish, an’anaviy hunarmandchilik maktablarini qayta tiklash orqali ham namoyon bo‘ladi.

Muzeyning nazariy va uslubiy asoslarini o‘rganuvchi ilmiy sohalari. Ush fan muzey ishi nazariyasi, muzeylar tarixi, muzey manbashunosligi hamda muzeyshunoslikning ilmiy-metodik asoslari kabi yo‘nalishlarni oladi. Muzeyshunoslik muzey fondlarini, muzeyshunoslik muzeylarini ilmiy tekshirish hujjatlashtirish, o‘rganish va saqlash, ekssiya va ko‘rgazmalar tashkil etish, ilmiy-ma’rifiy faoliyatini yo‘lga qo‘yish kabi ijtimoiy funktsiyalarni chuqur tahlil qilish. Bundan tashqari, muzeylarni boyitish, yodgorliklarni saqlash, ularni saqlash va restavratsiya qilishning ilmiy tadqiqotlari ham ushbu fan obyekti hisoblanadi.

Muzeyshunoslik (kamida XVI asrdan boshlab) tajribalarni umumlashtirish va materiallarni tizimlashtirishning uzoq yo‘li orqali o‘zining nazariy tizimini, uslubini va fanlar ichidagi o‘zining o‘rnini aniqlay boshladi. Lekin faqat keyingi o‘n yilliklarda asosiy tushunchalarning shakllanishi, fanning umumiy nazariy elementlarining yaratilishi muzeyshunoslikning rivojlanishini belgilab berdi.

XXI asr muzeylar uchun innovatsiyalar asri deb belgilangan. So‘nggi yillar mobaynida muzeyshunoslar tomonidan ommaviy auditoriyani jalb etishdagi ko‘plab dolzarb masalalar ko‘rib chiqilmoqda. Muzeylar o‘z faoliyatini amalga oshirishda

FOR AUTHOR USE ONLY

ilmiy tadqiqotlar va o‘quv-uslubiy materiallardan tortib, interaktiv texnologiyalar, multimedia ko‘rgazmalar va loyihalashtirilgan ekskursiyalar kabi keng qamrovli vositalarni qo‘llaydi. Ushbu ilmiy va ko‘ngilochar vositalar orqali muzeylar tomoshabinlarga nafaqat bilim beradi, balki chuqur hissiy va tajribaviy aloqa ham yaratadi.

Muzey atrof-muhit va jamiyat rivojiga ta’siri esa bir necha jihatdan namoyon bo‘ladi. Birinchidan, u madaniy merosni saqlash va targ‘ib qilish orqali milliy va mahalliy identifikatsiyani mustahkamlaydi. Ikkinchidan, muzeylar turizmni rivojlantirish, ish o‘rinlari yaratish va infratuzilmani yaxshilash orqali iqtisodiy o‘sishga hissa qo‘shadi. Uchinchidan, ular ta’lim va madaniy diplomatiya platformasi sifatida ham xizmat qilib, turli madaniyatlar o‘rtasida dialog va o‘zaro tushunishni rivojlantiradi.

Shuningdek, zamonaviy muzeylar ekologik barqarorlik, ijtimoiy inklyuzivlik va nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlik kabi dolzarb masalalarga e’tibor qaratish orqali jamiyatning barqaror rivojlanishida faol rol o‘ynaydi. Xulosa qilib aytganda, muzeylar nafaqat o‘tmishni saqlovchi, balki kelajakni shakllantirishda ham muhim institut sifatida faoliyat yuritadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylarning vazifasini aniqlash uchun “faoliyat” degan so‘zning lug‘aviy ma’nosini tavsiflashga to‘g‘ri keladi. Bu so‘zning ma’nosi muzeylarning ijtimoiy-madaniy vazifasini to‘liq ochib beradi. Shundagina muzeyga ma’lum bir faoliyat vazifasini bajaruvchi muassasa sifatida qarash mumkin bo‘ladi. Muzeyga shu tarzda yondashish uning faoliyatida boshqa muassasalar faoliyatida mavjud bo‘lmagan o‘ziga xos sifatlarni ya’ni, fondlarni to‘plash, yig‘ish, ilmiy tadqiqot ishlarini olib borish, ekspozitsiya-ko‘rgazma uyushtirish, ta’limiy-tarbiyaviy ish olib borish kabi amaliy jihatlarini ochib beradi.

Muzeyshunoslikka oid adabiyotlarda ilmiy fan bo‘lgan muzeyshunoslik bir xilda tadqiq qilinmaydi. Ko‘plab mamlakatlarda muzeyshunoslikka mustaqil fan sifatida qaraladi, lekin uning xarakterli belgilarini aniqlashda ayrim tafovutlar, kelishmovchiliklar mavjud.

Bundan tashqari ayrim mamlakatlardagi olimlar muzeyshunoslikning maxsus fan sifatida shakllanishi mumkinligini butunlay rad qilishadi. Shularga qaramasdan hozirgi kunda muzeyshunoslik muzeylarning Xalqaro Kengashi (IKOM) tomonidan to‘la tan olindi. Shunday qilib, muzeyshunoslikni aniqlash kerak bo‘lsa, uni ijtimoiy fan sifatida quyidagicha ta’riflash mumkin: muzeyshunoslik ijtimoiy axborotni yig‘ish va saqlash jarayonlarini, bilim va his-tuyg‘ularni o‘zlashtirish va muzey eksponatlari orqali uzatish mexanizmlarini o‘rganadi. Bu fan, shuningdek, muzey faoliyatini, uni ijtimoiy institut sifatida, uning ijtimoiy vazifalarini va turli tarixiy, iqtisodiy sharoitda bu vazifalarni amalga oshirish usullarini tadqiq qiladi.

Bugungi kunda jahon muzeylari uchun “XXI asr muzeyi qanday ko‘rinishi va tomoshabinlarni qanday jalb qilishi kerak?” degan dolzarb savol hal qilinishini kutmoqda. Zamonaviy sharoitda muzey kolleksiyalarini nafaqat an’anaviy usullarda namoyish qilish, balki zamonaviy texnologiyalar yordamida turli interaktiv va innovatsion formatlarda taqdim etish imkoniyatlari sezilarli darajada kengaydi.

Bugungi muzeylar kechagi ekspozitsiyalardagi bir xillik, o‘zgarmas ko‘rgazmalar va zerikarli ekskursiyalardan voz kechib, tashrifchilarga manzur bo‘ladigan yangi yo‘nalishlarda faoliyat ko‘rsatmoqdalar. Muzey marketingi, menejmenti, muzey pedagogikasi, imkoniyati cheklanganlar uchun maxsus ko‘rgazmalar, virtual muzeylar, yangi yo‘nalishdagi loyihalar va zamonaviy texnologiyalar bugungi kunda muzeylar faoliyatini tubdan o‘zgartirib yubordi.

FOR AUTHOR USE ONLY

1.2 Muzeologiya tushunchalari

Muzeylar to‘g‘risidagi umumiy tushunchani to‘la anglash uchun ularning ijtimoiy-madaniy vazifasini ochib berishga ko‘maklashishi mumkin bo‘lgan “madaniyat – jamiyat — shaxs” degan yondashish tizimi to‘g‘ri keladi. “Madaniyat” konsepsiyasi doirasiga muzey tomonidan amalga oshiriladigan quyidagi jarayonlar kiradi: eksponatlar ilmiy hujjatlashtirilishi, tizimli hisobga olinishi, shuningdek ularning asrab-avaylanishi va chuqur o‘rganilishi.

“Jamiyat” tushunchasiga esa muzeyning ta’limiy va ma’rifiy vazifalari, jumladan bilim o‘tkazish, ma’naviy tarbiyalash va jamoatchilikni ma’lumot bilan ta’minlash misol bo‘la oladi.

“Shaxs” jihatidan muzey faoliyati insonning ijodiy qobiliyatini rivojlantirish va uning ma’naviy ehtiyojlarini qondirish imkoniyatini yaratadi.

Muzeologiya — bu muzeylarni o‘rganadigan, ularning faoliyati, vazifalari, tuzilishi va jamiyatdagi o‘rnini tahlil qiladigan fan sohasidir. U muzeyshunoslikning nazariy va amaliy jihatlarini o‘z ichiga oladi hamda madaniy merosni saqlash, o‘rganish va targ‘ib etish bilan chambarchas bog‘liq.

“Muzeologiya” so‘zi yunoncha “mouseion” — “ilohlar va san’at homiylari muzasi joyi” hamda “-logia” — “ta’limot”, “fan” so‘zlaridan kelib chiqqan. Etimologik nuqtai nazardan bu atama “muzey to‘g‘risidagi ta’limot” degan ma’noni anglatadi.

Muzeyshunoslikning ildizlari qadimgi davrlarga borib taqaladi. Dastlabki muzeylar qadimgi Misr, Yunoniston va Rimda paydo bo‘lgan. Qadimgi Aleksandriya kutubxonasi va mouseioni (yunoncha “ilohlar maskani”) insoniyat tarixidagi dastlabki muzey ko‘rinishlari hisoblanadi. Ammo muzeyshunoslik fan sifatida XIX asrning ikkinchi yarmida shakllandi. Shu davrda Yevropaning ko‘plab mamlakatlarida ilmiy va tarixiy muzeylar tashkil qilinib, ularning faoliyati ilmiy asosda yo‘lga qo‘yildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bugungi kunda muzeylar madaniy merosni saqlash bo‘yicha institut rolini bajarmoqdalar. Muzeylar o‘zlarining ijtimoiy vazifalarini bajarish jarayonida millatlararo aloqalarni, turli xil madaniy urfodatlar va xalqlarga tayangan holda insoniyatning diniy va madaniy birligini saqlashga qodirdir. Muzey tushunchasi, bir tomondan, muayyan maqsadlar asosida yaratilgan ijtimoiy institut yoki tashkilotni anglatadi. Uning asosiy vazifasi odam va uning atrof-muhitini aks ettiruvchi moddiy hamda ma’naviy obyektlarni yig‘ish, ularni izchil o‘rganish va jamoat bilan baham ko‘rish uchun maxsus tashkil etilgan muhit yaratishdan iboratdir. Asrlar davomida muzeylarning shakli va vazifalari sezilarli darajada o‘zgargan1 . Muzey tushunchasi, aniqrog‘i, “museyon” insoniyatning madaniy kundalik hayotida ikki yarim ming yil avval paydo bo‘lib, qadimgi yunonlar dastlab museyon deb muzalarni ulug‘lash maqsadida qurilgan ibodatxonalarga aytishgan.

Muzeyshunoslikning rivojlanish bosqichlari:

1. Dastlabki bosqich (XVII–XVIII asrlar): Shaxsiy kolleksiyalar va saroy xazinalari asosida dastlabki muzeylar tashkil etildi. 1753-yilda tashkil etilgan Britaniya muzeyi (British Museum) Yevropadagi eng qadimiy davlat muzeylaridan biridir.

2. Ilmiy bosqich (XIX asr): Muzeylar ilmiy-tadqiqot muassasalari sifatida faoliyat yurita boshladi. Muzey ekspozitsiyalari mavzu bo‘yicha guruhlarga ajratilib tartibga solindi, ilmiy asosda to‘plam kataloglari tayyorlandi va eksponatlarni asrab-avaylash hamda konservatsiya qilishning zamonaviy metodlari amaliyotga joriy qilindi. Shu davrda “muzeologiya” va “muzeografiya” atamalari fanga kirib keldi.

3. Nazariy rivojlanish bosqichi (XX asr): Muzeyshunoslik mustaqil ilmiy fan sifatida shakllandi. Frantsuz olimi Bernar Deloche, chex olimi Z. Stranski, rus olimi A. Razgon kabi mutaxassislar muzeologiyaning nazariy asoslarini yaratdilar.

4. Zamonaviy bosqich (XXI asr): Bugungi kunda muzeyshunoslik raqamli texnologiyalar bilan chambarchas bog‘liq. Virtual muzeylar, 3D ekspozitsiyalar, interaktiv ta’lim dasturlari va onlayn kolleksiyalar muzey faoliyatining yangi yo‘nalishiga aylandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

“Muzeologiya” yoki “muzeyshunoslik” atamasi o‘zining ilmiy muomalaga kirishi jihatidan nisbatan yangi bo‘lib, u XIX asrning so‘nggi choragida paydo bo‘lgan. 1877-yilda Drezdenda “Muzeologiya va antikvar buyumlar” nomli (“Zeitschrift für Museologie und Antiquitätenkunde”) jurnal nashr etila boshlandi. Keyingi yillarda, 1883-yilda doktor Y. G. Grasse o‘zining “Muzeologiya fan sifatida” nomli maqolasida bu yangi tadqiqot sohasining nazariy va amaliy imkoniyatlarini yoritib berdi. Shu tariqa, XX asrga kelib muzeyshunoslik mustaqil ilmiy yo‘nalish sifatida asta-sekin o‘z shaklini oldi.

1.3 Ilk nazariy tadqiqotlar

Muzey faoliyatining eng qadimgi ko‘rinishlari qadimgi Yunoniston va Misrga borib taqaladi. Yunonlar “Mouseion” deb atalgan ilmiy markazlarda qo‘lyozmalar,

san’at asarlari va tabiiy obyektlarni jamlab, ularni o‘rganishga harakat qilishgan. Biroq bu davrda muzeyga nisbatan ilmiy yondashuv mavjud emas edi.

XV–XVI asrlarda Yevropada hukmdorlar va boy zodagonlar tomonidan “qiziqishlar kabineti” (cabinet of curiosities) tashkil etilgan. Bunda nodir buyumlarni yig‘ish, ularni tasniflash va estetik baholash jarayonlari vujudga kelgan. Bu holat kelajakda muzeyshunoslik nazariyasining shakllanishiga zamin yaratdi.

Muzeyshunoslikdagi ilk nazariy tadqiqotlar XVIII asrdan boshlab shakllanib, XX asrga kelib ilmiy maktablar vositasida mukammal nazariy asosga ega bo‘ldi.

XX asrning dastlabki o‘n yilliklarida muzeylar va ularning faoliyatiga bag‘ishlangan birinchi ixtisoslashtirilgan nashrlar paydo bo‘la boshladi. Buning namunalari sifatida 1901-yilda Britaniyada nashr etila boshlagan “Museum Journal” va 1905-yilda Germaniyada asos solingan “Museumkunde” jurnallarini keltirish mumkin. Xalqaro miqyosda esa, birinchi bo‘lib turli mamlakat mutaxassislarini birlashtirgan xalqaro muzey xizmati tashkil etilgach, uning faoliyatining muhim yo‘nalishi “Mouseion” jurnali (1927-1946) va muzeyshunoslikka oid bir qator monografiyalarni nashr etishdan iborat edi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xalqaro hamkorlikning yanada kengayishi 1946-yilda Parijda Xalqaro Muzeylar Kengashi (IKOM – International Council of Museums) tashkil etilishi bilan yuzaga keldi. Kengashning asosiy maqsadlari butun dunyo muzeylari va ularning mutaxassislari o‘rtasida hamkorlikni yo‘lga qo‘yish, muzey ishini rivojlantirish bo‘yicha dasturlar ishlab chiqish va amaliy jihozlash edi. 1948-yildan esa IKOM tomonidan “Museum” nomli jurnal chiqarila boshlandi; unda turli tipdagi va yo‘nalishdagi muzeylar faoliyati, shuningdek, sohadagi dolzarb muammolar yoritildi.

Muzeyshunoslik bilimlarining shakllanishiga muzey ishiga ixtisoslashtirilgan ilmiy markazlar ham katta hissa qo‘shdi. Bunday markazlar, birinchi navbatda, o‘sha davr Ittifoqi hududida 1917-yildan keyin paydo bo‘ldi. Masalan, Moskvada tashkil etilgan Tarixiy-badiiy tadqiqotlar va Muzeyshunoslik Instituti (1919), Petrograddagi Oliy Ekskursiya Instituti (1921-1924), Moddiy Madaniyat Tarixi Akademiyasi qoshidagi Muzeyshunoslik Komissiyasi (1920) kabi muassasalar muzeylarning turli sohalari uchun maxsus ish uslublarini ishlab chiqish bilan shug‘ullandi. 1918-1933

yillarda Tarix muzeyi tarkibida faoliyat yuritgan nazariy muzeyshunoslik bo‘limi esa, umuman olganda, muzey ishi nazariyasi va tarixini o‘rganishga qaratilgan edi. Bu boradagi izlanishlar keyinchalik O‘lkashunoslik va Muzey Ishining Markaziy Ilmiy-Tadqiqot Instituti, 1937-yildan esa O‘lkashunoslik va Muzey Ishlari Ilmiy-Tadqiqot Instituti tomonidan davom ettirildi. Institut 1955-yildan Muzeyshunoslik Ilmiy-Tadqiqot Instituti deb nomlana boshladi.

Muzeyshunoslikni mustaqil ilmiy intizom sifatida rivojlantirish ishlari XX asrning ikkinchi yarmida, ayniqsa, Sharqiy Yevropa mamlakatlarida faollashdi. Aynan ushbu mintaqada 1950-1980 yillarda muzeologiyaga bag‘ishlangan 600 dan ortiq ilmiy maqola chop etildi.

Muzeyshunoslik mohiyati haqidagi turlicha qarashlarni Slovakiya olimi Z. Stranskiy tizimlashtirishga harakat qilgan. Uning yondashuvi shartli ravishda to‘rt asosiy nuqtai nazarni o‘z ichiga oladi:

a) Muzeyshunoslik – mustaqil ilmiy fan;

b) Muzeyshunoslik – muzey ishi nazariyasi va metodikasi, ya’ni amaliyotga xizmat qiluvchi qo‘shimcha ilmiy intizom;

c) Muzeyshunoslik – muzey faoliyatining faqat metodik va texnik usullari jamlanmasi;

d) Muzeyshunoslikning umuman mustaqil fan sifatida mavjud bo‘lishi mumkin emasligi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Chexiya tadqiqotchisi I. Neustupniy muzeyshunoslikni o‘ziga xos talqin qilib, uni nazariy-metodologik fan sifatida qaradi. U muzeyshunoslikni *umumiy* va *maxsus* sohalarga ajratdi. Maxsus muzeyshunoslik muayyan muzey profiliga mos keladigan asosiy fanlardan (masalan, tarix yoki san’atshunoslik) foydalanadi, shuning uchun tarix muzeyshunosligi yoki san’at muzeyshunosligi kabi tarmoqlar mayjud.

Muzeyshunoslikning fan sifatida o‘z o‘rnini topishida 1977-yilda Moskva va Sankt-Peterburgda bo‘lib o‘tgan IKOMning XI Bosh konferensiyasi hal qiluvchi rol o‘ynadi. Shu forum davomida Muzeologiya Bo‘yicha Xalqaro Qo‘mita (IKOFOM) tuzilib, uning asosiy vazifasi muzeologiya sohasidagi nazariy tadqiqotlarni muvofiqlashtirishdan iborat edi. 1980-yilda qo‘mita tomonidan nashr etilgan

“Museological Working Papers” jurnalining birinchi soni “Muzeyshunoslik – fanni, yoki faqat amaliy muzey ishimi?” degan mavzuga bag‘ishlangan edi. Hozirgi kunda ko‘plab mutaxassislar bu savolga muzeyshunoslik ilmiy fan ekanligi, lekin u hali rivojlanish bosqichida turibdi, degan javobni ma’qul ko‘rmoqda.

Muzeologiya fani XIX asrning ikkinchi yarmidan boshlab shakllandi. XX asrda u mustaqil ilmiy yo‘nalish sifatida rivoj topdi. Frantsuz olimi Bernar Deloche muzeologiyani falsafiy nuqtai nazardan tahlil qilib, uni “muzey faoliyati falsafasi” deb atagan. Unga ko‘ra, muzeologiya ikki asosiy vazifani bajaradi:

1. Metanazariya sifatida fanga xizmat qiladi — ya’ni muzey faoliyatini hujjatlashtirish orqali bilimlarni boyitadi.

2. Boshqaruv institutlari uchun axloqiy-reglament asoslarini belgilab beradi.

Muzeyshunoslikning ilk nazariy tadqiqotlari uzoq tarixga ega bo‘lib, uning shakllanishi XVII–XX asrlar davomida bosqichma-bosqich kechgan. Bugun muzeyshunoslik nafaqat tarix va madaniyatni o‘rganuvchi, balki jamiyat va texnologiya bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan kompleks ilmiy sohaga aylangan.

FOR AUTHOR USE ONLY

1.4 Muzeyshunoslik obyekti, predmeti va metodlari.

Har qanday ilmiy intizom o‘zining aniq tadqiqot obyekti va predmetiga ega bo‘ladi. Turli fanlar tadqiqot obyektlari o‘rtasida o‘xshashlik yoki hatto to‘liq mos kelish holatlari uchraydi. Muzeyshunoslikning asosiy obyekti ijtimoiy hodisa sifatidagi muzey faoliyati yoki “muzey ishi”dir. Biroq, shuni ta’kidlash kerakki, bu obyekt tarix, madaniyatshunoslik, san’atshunoslik, sotsiologiya va boshqa fanlar tomonidan ham o‘rganilishi mumkin va amalda o‘rganilayotgan sohadir.

Tadqiqot obyektidan farqli o‘laroq, fanning predmeti uning o‘ziga xos qonuniyatlarini aks ettiruvchi aniq sohadir. Agar obyektga nisbatan tanlash va aniqlash jarayoni ilmiy izlanishning dastlabki bosqichida amalga oshirilsa, fanning predmeti hech qachon tayyor holda bo‘lmaydi. U har doim izlanish, kashf etish va doimiy to‘ldirishni talab qiladi.

Muzeyshunoslikning obyekti, aniqrog‘i, muzey faoliyatining butun tizimi — ya’ni muzeylar olami, ularning kolleksiyalari, tashkiliy qurilmalari, amaliy jarayonlari va ular bilan bog‘liq ijtimoiy munosabatlar majmuasidir. Boshqacha qilib aytganda,

muzeyshunoslik o‘zining ilmiy diqqat markaziga muzeyni va uning ijtimoiy-madaniy faoliyatini qo‘yadi.Muzey — bu oddiy eksponatlar to‘plami emas, balki jamiyatning tarixiy xotirasini saqlovchi ijtimoiy institutdir. Shu sababli muzeyshunoslik obyekti faqat moddiy buyumlarni emas, balki ularning ijtimoiy, tarixiy va ma’naviy mazmunini ham o‘z ichiga oladi. Muzey inson va jamiyat o‘rtasidagi madaniy aloqa vositasi sifatida o‘rganiladi, shu bois muzeyshunoslik obyektiga yondashuv kompleks xarakterga ega bo‘lib, tarix, sotsiologiya, pedagogika, san’atshunoslik va texnologiyalar bilan chambarchas bog‘langan.

1.5 Muzeyshunoslik predmeti va metodlari.

Muzeyshunoslikning obyekti — bu muzey institutining o‘zi va uning barcha tashkiliy, mazmuniy, funktsional jihatlari. Muzey nafaqat eksponatlar to‘plami, balki murakkab ijtimoiy-madaniy institut sifatida muzeyshunoslikning asosiy o‘rganish obyekti hisoblanadi.

Muzey predmeti tushunchasiga aniqlik kiritish muzeyshunoslikning asosiy nazariy masalalaridan biri hisoblanadi. Bu mavzu bo‘yicha ilmiy qarashlar XVII asrdan boshlab shakllana boshlagan. Masalan, I. D. Mayorning izlanishlari ushbu davrda muzey predmetiga bo‘lgan yondashuvning yaqqol namunasi bo‘lib, u muzey kolleksiyasiga kiruvchi buyumlarni haqiqiy, to‘liq, haqqoniylikni ifodalovchi, ta’sir kuchiga ega va uzoq muddat saqlanadigan obyektlar sifatida ta’riflagan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Har qanday fan o‘ziga xos tadqiqot predmeti va metodlariga ega bo‘lishi shart. Tadqiqot predmeti esa o‘ziga xosligi va aniq doirasi bilan ajralib turadi. Muzey va uning faoliyati ijtimoiy hodisa sifatida nafaqat muzeyshunoslik, balki falsafa, tarix, san’atshunoslik, sotsiologiya kabi bir qator fanlarning ham o‘rganish obyekti bo‘lishi mumkin.

Muzeyshunoslikning predmetini nazariy jihatdan asoslashda turli yondashuvlar mayjud. “Institutsional yondashuv” tarafdorlari muzeyshunoslikning predmeti ijtimoiy institut sifatidagi muzeyning o‘zi, degan fikrni ilgari suradilar. Ushbu nuqtai nazar doirasida ba’zi olimlar tadqiqot doirasini faqat muzey va uning vazifalari bilan cheklasa, boshqalari esa hozirgi kunda muzey faoliyati qamrovini hisobga olgan holda,

bu predmetni ancha kengroq talqin qiladi. Masalan, Slovakiya tadqiqotchisi I. Beneshning ta'kidlashicha, muzeyshunoslikning predmeti muzeyning ijtimoiy funksiyalarini amalga oshirishga xizmat qiluvchi ixtisoslashtirilgan faoliyatlar majmuasidir. Fransuz muzeyshunosi J. A. Riverning fikriga ko'ra, esa muzeologiya predmetiga muzeylarning tarixiy evolyutsiyasi va ularning jamiyat hayotidagi o'rni o'rganish kiradi.

Xalqaro Muzeylar Kengashi (IKOM) tomonidan "muzeologiya – muzeylar haqidagi fan" deb berilgan ta'rif ushbu institutsional yondashuvning keng targalishiga katta hissa qo'shdi.

XIX asrga kelib fanning ixtisoslashuvi shunga olib keldiki, muzeylarda saqlanayotgan predmetlarga ko'proq turli fanlarning manbalari sifatida san'at asarlari, tabiat parchalari sifatida qarala boshlandi. Bularning barchasini umumlashtiruvchi 'kolleksion predmet' degan tushuncha paydo bo'ldi.

Muzey predmeti tushunchasini aniqlash muzeyshunoslikning muhim nazariy masalalaridan biri bo'lib, u hozirgi zamon talqinida asl nusxadagi hujjat ahamiyatiga ega bo'lgan, muzey sohasiga mos keladigan inson faoliyati natijasi yoki tabiat hodisasi sifatida tushuniladi. Ilmiy ma'lumotlarga tayangan holda, muzey predmetini quyidagicha belgilash mumkin: u real dunyodan ajratib olingan, muzey ahamiyatiga ega bo'lgan, muzey kolleksiyasiga kiritilgan va uzoq muddat saqlanishi mumkin bo'lgan obyektdir. U ijtimoiy yoki tabiiy-ilmiy axborotlarni tashuvchi — bilim va hissiy tajribalarning asl manbai, shuningdek, madaniy-tarixiy boylik va milliy merosning ajralmas qismidir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Yuqoridagilarga asoslanib, muzeyga quyidagi ta'rif berish mumkin: muzey — bu ijtimoiy axborotlarni tashkil etuvchi, ko'p funksiyali tarixiy institut bo'lib, u madaniy-tarixiy va tabiiy-ilmiy qadriyatlarni saqlash, axborotlarni to'plash va muzey predmetlari orqali tarqatishga qaratilgan. Muzey tabiat va jamiyatdagi turli jarayonlarni hujjatlashtiradi, kolleksiyasini to'ldiradi, saqlaydi, o'rganadi va ushbu resurslardan ilmiy, ma'rifiy-tarbiyaviy hamda tashviqot maqsadlarida foydalanadi.

Institutsional yondashuvning tarafdorlari esa muzeyni faqatgina tashkiliy markaz, muassasa deb hisoblab, uni muzeyshunoslikning predmeti bo'lishi mumkin emas,

degan fikrni ilgari suradilar. Ular pedagogika maktab haqidagi fan emas, balki ta'lim-tarbiya haqidagi fan ekanligini; astronomiya esa planetariy haqida emas, balki kosmik jismlarning xususiyatlari haqidagi fan ekanligini misol qilib keltiradilar. Shu nuqtai nazardan, ular muzeyshunoslikning predmeti sifatida "muzey predmeti" fenomenini o'rganishni ko'zda tutadilar. Bu yondashuv "predmetga yo'naltirilgan yondashuv" deb ataladi. Nemis olimi K. Shraynerning ta'rifiga ko'ra, "muzeyshunoslik — bu muzey obyektlarini to'plash, saqlash, o'rganish va ulardan foydalanish haqidagi fandir".

Muzeyshunoslik predmetini tushunishda kompleks yondashuv ham mavjud. Slovakiya tadqiqotchisi Z. Stranskiy o'z ishlarida buni asoslab bergan, u insonning voqelik bilan o'ziga xos munosabatini ifodalovchi nazariyani taklif qiladi. Unga ko'ra, muzey — jamiyatda ma'lum maqsadlarga xizmat qiluvchi va uning oldingi shakllari ham shunday bo'lgan tizimdir. Ular insonning voqelikka o'ziga xos munosabatini, ya'ni xotira omiliga asoslangan, predmetlarni egallash va saqlashda namoyon bo'ladigan munosabatni amalga oshirish uchun mavjud bo'lgan.

Muzeyshunoslik predmetiga yondashuvning kengligi boshqa ko'plab olimlarning konsepsiyalarida ham uchraydi. Rossiya olimi A. M. Razgon kompleks yondashuv tarafdori bo'lib, muzeyshunoslik predmetini quyidagicha ta'riflagan: "Muzeyshunoslikning asosiy predmeti — insoniyatning tarixiy-madaniy yodgorliklarini saqlovchi, to'plovchi, o'rganuvchi va targ'ib etuvchi muzey faoliyatining mohiyati va uning ijtimoiy, madaniy, ilmiy ahamiyati, shuningdek, muzeylarning jamiat hayotidagi rolidir."

Umumiy holda, muzeyshunoslikni ijtimoiy axborot va bilimlarni to'plash, saqlash, egallash va an'ana, tasavvur, hissiyotlarni muzey predmetlari orqali uzatish jarayonlarini, shuningdek, muzey va muzey ishining paydo bo'lishi, rivojlanishi va amalga oshirilishidagi obyektiv qonuniyatlarni o'rganuvchi fan sifatida belgilash mumkin.

Ilmiy fanga xos muhim belgilaridan biri uning o'ziga xos tadqiqot metodlariga ega bo'lishidir. Metod — tadqiqot jarayonida qo'llaniladigan usullar tizimidir. Muzeyshunoslikda metodologik masala boshqa fanlarga nisbatan ancha kam o'rganilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeyshunoslik turli xil tadqiqot usullaridan keng foydalanadi, ularning ba'zilari to'liq, boshqalari qisman boshqa fanlar metodlari bilan mos keladi. Misol uchun, tarixiy muzeyshunoslikda tarix va san'atshunoslik metodlari qo'llaniladi. Muzey predmetlarini o'rganishda arxeologiya, paleografiya, etnografiya, numizmatika, sofragistika, adabiyotshunoslik va san'atshunoslik metodlaridan foydalaniladi. Restavratsiya va konservatsiya jarayonlarida esa rentgenografiya, spektrografiya kabi tabiiy fanlar metodlari qo'llaniladi. Ekspozitsiya va ko'rgazmalarni tashkil etishda, madaniy-ma'rifiy faoliyatni olib borishda, shuningdek, muzey auditoriyasini o'rganishda pedagogika va psixologiya metodlaridan foydalaniladi. Bu holat ba'zi mutaxassislarni muzeyshunoslikning o'ziga xos metodlari yo'q, degan xulosaga olib kelishi mumkin. Biroq, bunday fikrga qarshi turuvchi tadqiqotchilar ham bor. Ularning fikricha, ilmiy fan metodlari yagona usul yoki turli usullarning oddiy yig'indisi emas, balki ularning uyushgan tizimidir. Metodlar tizimini taqqoslash orqali muzeyshunoslik metodologiyasining o'ziga xosligi aniq ko'rinadi. Shu nuqtai nazardan, muzeyshunoslik metodlari tizimi boshqa ijtimoiy fanlarga xos bo'lmagan o'ziga xos xususiyatga ega.Bugungi kunda muzeologiya madaniy merosni saqlash, raqamlashtirish, virtual muzeylar yaratish va ta'lim jarayonida muzeylardan foydalanish sohalarida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shuningdek, u turizm, sotsiologiya, tarix, san'atshunoslik kabi fanlar bilan chambarchas bog'liqdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mustaqillik orqali muzeyshunoslik o'zgarishlar ro'y berdi. Shu davrda muzeyshunos olimlar guruhi shakllanib, muzey ishi bilan bog'liq ilmiy tadqiqot olib borildi. tadqiqot, R. Al'meev, D. Kuryazova, D. Qurbonova, J. Ismoilova, L. Levteeva, N. Habibullaev, N. Alimova, R. Fatxullaev, M. Muxamedova kabi olimlarning ilmiy nashrlarida zamonaviy muzeyshunoslikni saqlash masalalari va xavfsizlik choralari yoritilgan.

Mustaqillik yillarida muzeylar faoliyatining huquqiy asoslari tubdan shakllantirildi. Shu davrda O'zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti o'zbek xalqining moddiy va ma'naviy merosini muzeylarga alohida e'tibor qaratildi. Bu yerda muzey rivojlantirishga yordam jami 46 ta me'yoriy-huquqiy hujjat qabul qilish.

Jumladan, 1 ta farmoni, 2 ta Prezident qarori, 2 ta Qonun hamda Vazirlar Mahkamasi qarori qabul qilingan 20 yaqin qarorlar muzeylarning kelgusidagi daromad ta'minotida asos bo‘ldi.

Mustaqillik muassasalarida muzeyshunoslik va muzey ishiga oid hujjatlar qatorida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1994-yil 23-dekabrdagi “Respublika muzeylarini ta'minlash chora-tadbirlarini yaxshilash to‘g‘risida”gi qarori, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998-yil 12-sonli qarori. farmoni hamda Vazirlar Mahkamasining 1998-yil 5-martdagi “Muzeylar ishlab chiqarish tubdan qo‘llab-quvvatlash masalalari to‘g‘risida”gi qarorlari qaroriga muvofiq ega bo‘ldi. Ushbu hujjatlar muzeylarining respublika muzeylarini va istiqbollarini belgilab berdi, muzey fondlarini kuzatish, tarixiy boyliklarni ro‘yxatdan o‘tkazish, jamlash va saqlash tartibini aniqladi.

Prezident, Prezident farmoniga ko‘ra O‘zbekiston moddiy resurslarini saqlash muzeylari yanada takomillashtirish, ma'naviy-axloqiy resurslarni mustahkamlash, muzey fondlaridagi nodir eksatlarni asrab-avaylash, o‘, boyitish, namoyish etish va targ‘ib qilish, zaruriyat, milliy g‘amxo‘rlik, jahon miqyosidagi resurslarni rivojlantirish va targ‘ib qilish. tajribalarini joriy etish bo‘yicha zarur shart-sharoit yaratildi. Shu maqsadda hudud, idoraviy bo‘ysunishidan va mulkchilikning qat'i nazar muzey faoliyati bilan shug‘ullanuvchi barcha tashkilotlarni qo‘llab-quvvatlash uchun Respublika “O‘zbekiston” jamg‘armasi tashkil etildi.Davlat organlari va jamoat tashkilotlari hamda turli muassasalar, shuningdek, xorijiy tashkilotlar jamg‘armaning hammuassasalari bo‘lishi mumkinligi belgilab berildi. Bu davr ichida muzeylar uchun yaratilgan me'yoriy-xuquqiy hujjatlar ularning oldiga qo‘yilgan vazifalarni bajarish, muzeylar faoliyatini yanada takomillashtirish, shuningdek, yangi yo‘nalishlar va muammolarni xal etishda bugungi kun talablaridan va mavjud muammolardan kelib chiqqan xolda qonunga qo‘shimcha ravishda o‘zgartirishlar kiritish, qonunosti hujjatlarini takomillashtirish zaruriyatini tug‘dirmoqda. Bu ijobiy xolat bo‘lib, mamlakatimizda muzeyshunoslik tizimini rivojlantirishga qaratilgan barcha me'yoriy-xuquqiy asoslarga ega bo‘lgan xujjatlarning amalda o‘z tasdig‘ini topayotganligi va muzeyshunoslik tizimi taraqqiyot yo‘lidan borayotganidan dalolat beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Oxirgi 5 yil davomida muzeyshunoslik nazxariyasi sohasida ilmiy tadqiqotlar ko‘payib bormoqda. Bu o‘rinda O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi ilmiy jamoasining hissasi katta bo‘lib, ular tomonidan nashr etilgan bir qancha darslik, o‘quv qo‘llanmalar va monografiyalarni misol qilib keltirish mumkin. Xususan, M.Muxamedovaning ‘Muzeyshunoslik’ o‘quv qo‘llanmasi, J.Ismailovaning ‘Zamonaviy muzeyshunoslik asoslari’ monografiyasi, hammualliflikdagi ‘Zamonaviy muzeyshunoslik tendensiyalari’ va D.Kuryazovaning ‘Muzey ishi asoslari’ monografiyalari, ‘O‘zbekistonga oid xorijdagi madaniy boyliklar-madaniyatimizning ajralmas qismi’ kitobi va Respublika miqiyosida o‘tkazilayotgan konferensiya materiallari shular jumlasidandir. 2020-yil 20-may kuni Toshkent muzeyi ochilishi jarayonida O‘zbekiston Prezidenti tomonidan muzeylarda ilmiy muhitni shakllantirish va muzey ishi bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar ko‘lamini kengaytirish takliflari berilgan edi. Shu yili 9 iyulda O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi qoshida muzeyshunoslik yo‘nalishida birinchi marta Ilmiy kengash tashkil etildi. Bu esa muzeyshunoslikning turli yo‘nalishlarida keng qamrovli ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishga va ularni ilmiy darajali muzeyshunoslar darajasiga olib chiqishga katta imkoniyatlar yaratadi.

Muzeyshunoslikda qo‘llaniladigan uslublar:

Muzeyshunoslikda ilmiy izlanishlar olib borish va muzey kommunikatsiyasini amalga oshirishda turli ijtimoiy hamda tabiiy fanlarning xilma-xil usullari qo‘llaniladi. Tadqiqot jarayonida, xususan, tarix fanining maxsus va yordamchi sohalari (masalan, arxeologiya, numizmatika, paleografiya) usullaridan, shuningdek, san’atshunoslik va adabiyotshunoslikning metodologik yondashuvlaridan keng foydalaniladi.

Muzey ekspozitsiyasi va ko‘rgazmalarini loyihalash, tashkil etish hamda tomoshabinlar auditoriyasini o‘rganish jarayonlarida pedagogika va psixologiyaning metodlari muhim ahamiyat kasb etadi. Bundan tashqari, muzeylarning turli shakldagi ta’limiy-tarbiyaviy faoliyatini samarali tashkil etishda ham ushbu fanlarning nazariy va amaliy yutuqlariga tayanish zarur bo‘ladi.

Muzey kolleksiyalaridagi ashyoviy meros obyektlarini restavratsiya va konservatsiya qilishda esa tabiiy fanlar metodlari asosiy rol o‘ynaydi. Bunga rentgenografik tahlillar, spektrografik tadqiqotlar va shu kabi zamonaviy texnik

FOR AUTHOR USE ONLY

usullarni misol qilib keltirish mumkin. Ushbu kompleks yondashuv muzeyshunoslikning o‘ziga xos fanlararo xarakterini yaqqol namoyish etadi.

Ko‘plab tabiiy va ijtimoiy fanlarda mavjud bo‘lgan dala tadqiqotlari uslubidan foydalaniladi. Bu uslub mavjud bo‘lgan va amal qilinayotgan tizimlarni o‘rganishda qo‘llaniladi.

Jamiyat hayotini bevosita kuzatib borish uslubidir.

Ekspozitsiya sohasidagi tadqiqot, uni o‘zlashtirish, konservatsiyaga oid ish, muzey predmetlarini restavratsiya qilish ekspremental uslubni qo‘llashni talab qiladi.

Bu uslublarning barchasi muzeyshunoslikda o‘rganish predmetining xususiyatiga qarab bir holatdan boshqa xolatga o‘tib turadi. Muzeyshunoslikda qo‘llaniladigan ilmiy uslublar hozircha ana shulardan iborat. Albatta fanning rivojlanishi bilan u qo‘llanadigan uslublar ham ko‘paya boraveradi.

Muzeylar ko‘p asrlik tarixga ega. Misol tariqasida qadimgi Yunon muzeylarini keltirish mumkin. Muzeylarning dastlabki vatani Yunonistondir. Yunonistonda Gelikon tog‘i atrofida muzalarga bag‘ishlab har besh yilda bir marta bayramlar o‘tkazilib,unda shoirlar, rassomlar, va haykaltaroshlarning o‘zaro musobaqalari bo‘lib turgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylar ayniqsa Yevropada Uyg‘onish davrida rivojlangan. 15 asrda Italiyada ilk marotaba ommaviy muzey ochilgan. Londondagi Britaniya muzeyi (1753), Parijdagi Luvr muzeyi (1793) va boshqalar ham Yevropadagi ilk ommaviy muzeylardan hisoblanadi.

O‘rta Osiyo, xususan O‘zbekiston muzeylari haqida gapiriladigan bo‘lsa, san’at asarlari, badiiy boyliklar, odamlar sig‘inadigan hayvonlar, xudolarning haykallari va yozuvlari qadrlangan va yig‘ib borilgan, ammo ommaviy muzeylar yurtimizda rus bosqinidan keyin paydo bo‘lgan. Muxtasar qilib aytganda, bu jarayon o‘z o‘rnida muzeyshunoslik sohasini fan sifatida rivojlanayotganidan dalolat bergan holda, kelajakda uning manbashunoslik va tarixshunoslik asoslarini mustahkamlaydi.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Muzeologiya va muzeografiya atamalarini izohlab bering.

2.Muzeologiya nimani o‘rganadi?

3. Amaliy muzeyshunoslik muzey faoliyatining qanday turlari yo‘nalishlarini aniqlab beradi?

4.Muzeologiyaning asosiy o‘quv obyektlari qaysilar?

5. XIX asrda muzeologiyaning rivojlanishiga qanday omillar ta’sir ko‘rsatgan?

6. O‘zbekistonda muzeyshunoslik yo‘nalishi bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlar to‘g‘risida ma’lumot bering.

FOR AUTHOR USE ONLY

Adabiyotlar ro‘yhati:

1.D.N.Abdullayev, MS Muxamedova — Muzeyshunoslik Zilol buloq, Toshkent, 2024

2.M. Uolxaymer Muzeyshunoslik (qo‘llanma) Donishmand ziyosi, 2025

3.A.A. Mavrulov Muzeyshunoslik (o‘quv qo‘llanma) Turon-iqbol, 2018

4. Raximov, S. “Muzeyshunoslik’’. Toshkent: O‘qituvchi, 2005.

5. O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi. Muzeylar.

2-MAVZU MUZEYSHUNOSLIK STRUKTURASI, FANLAR SISTEMASIDAGI O‘RNI VA TARIXIY RIVOJLANISH OMILLARI

Reja:

1. **Muzeyshunoslikning qurilish va tarkibi**
2. **Muzeyshunoslik boshqa ijtimoiy va tarixiy fanlar sistemasidagi o‘rni.**
3. **Muzeylarning tarixiy rivojlangan tarixi**

Tayanch iboralar: *Tespiad, Fespiad, Nikerat, Evfranor, Briaksid, Stennid, Piston, Nikiy, Zevskid, edil, senzor, ko‘rator.*

2.1 Muzeyshunoslikning strukturasi

Muzeyshunoslik ko‘p tarmoqli va murakkab fan bo‘lib, uning strukturasi nazariy, tarixiy, amaliy va boshqaruv yo‘nalishlaridan iborat. Bu bo‘limlar o‘zaro uyg‘un holda faoliyat yuritib, madaniy merosni asrash, o‘rganish va jamoatchilikka yetkazishda muhim rol o‘ynaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey faoliyatining adresatini belgilash uchun turli atamalar qo‘llaniladi: tashrif buyuruvchilar, tomoshabinlar, auditoriya. Biroq, birinchisi — tashrif buyuruvchilar — unchalik aniq emas, chunki potensial auditoriyaning katta qismini hisobga olmagan holda faqat muzeyda bo‘lganlarni ko‘rsatadi; ikkinchisi — tomoshabinlar faqat ekspozitsiyaga tashrif buyuruvchilarni nazarda tutadi, ma’ruza tinglovchilari yoki boshqa muzey tadbirlari ishtirokchilarini e’tiborsiz qoldiradi. Uchinchi atama — auditoriya eng universal bo‘lib, mutaxassislar tomonidan tobora ko‘proq qo‘llanilmoqda. Auditoriya avvalo ijtimoiy-demografik belgilar: ma’lumot darajasi, kasbiy mansubligi, yoshi, jinsi, yashash joyi bo‘yicha ko‘rib chiqiladi. Odamlar bilan muloqotga kirishganda bu belgilarning har birini hisobga olish zarur, lekin amaliyot va muzeylarda o‘tkazilgan tadqiqotlarning ko‘rsatishicha, ta’lim omili eng katta ahamiyatga ega. Avvalo, ta’lim darajasi odamlarning muzeyga, uning ekspozitsiyalariga va madaniy-ma’rifiy dasturlariga bo‘lgan munosabatiga ta’sir ko‘rsatadi.

Muzeyga nisbatan faollik ko‘rsatish nuqtayi nazaridan auditoriya haqiqiy (muzeyga kelganlar) va potensial auditoriyalarga bo‘linadi. So‘nggi xususiyatning ahamiyati so‘nggi o‘n yilliklarda to‘liq anglab yetildi: turli tadqiqotlarda muzeyga tashrif buyurishga to‘sqinlik qiluvchi omillar, aholining bir qismida (to‘g‘ridan-to‘g‘ri aytganda, katta qismida) unga qiziqishning yo‘qligi sabablari maxsus tahlil qilinmoqda. Agar har bir muzey ‘nega ular kelmadi’ degan savolga javob bera olsa, uning haqiqiy auditoriyasi muhim ahamiyatga ega bo‘ladi. Muzey auditoriyasining faolligi, asosan, tomoshabinlarning muassasaga tashrif buyurish tezligi bilan belgilanadi. Ushbu mezon asosida doimiy va vaqtli tomoshabinlar guruhlarini farqlash mumkin. Doimiy tashrif buyuruvchilarning mavjudligi muzeyning madaniy-ma’rifiy faoliyati samaradorligining muhim ko‘rsatkichi hisoblanib, bu uning ijtimoiy ahamiyati va jamoatchilik e’tiborini jalb qilish darajasini aks ettiradi.

Muzey tomoshabinlarini ularning qiziqish yo‘nalishi va muzey bilan o‘zaro aloqaning ma’lum shakllariga moyilligi nuqtai nazaridan tahli qilish mumkin. Masalan, ko‘rgazmalar yoki ma’ruzalar auditoriyasi, dam olish kunlari tashrif buyuruvchilar, muzey ilmiy loyihalarida ishtirok etuvchilar va boshqa guruhlarni ajratish mumkin. Bu guruhlar ko‘pincha demografik tarkibi, qiziqishlari, istaklari va muassasadan kutgan talablari jihatidan sezilarli farqlarga ega.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey auditoriyasini tavsiflashda uning tayyorgarlik darajasi va materiallarni qabul qilish darajasi muhim omil hisoblanadi. Ushbu tushuncha asosida tomoshabinlarni yuqori tayyorgarlikka ega (“biluvchilar”), o‘rtacha darajadagi tayyorgarlikdagi va “tasodifiy” (yoki “maxsus yo‘naltirilmagan”) tashrif buyuruvchilar kabi guruhlarga ajratish mumkin.

Odatda, bunday tasnif badiiy muzeylar auditoriyasini tavsiflash uchun qo‘llaniladi. Shu bilan birga, bu turlarni ajratib ko‘rsatish uchun asosiy mezon odamlarning san’atshunoslik bilimlari emas, balki ularning hissiy ta’sirchanlik darajasi va san’atning ushbu turini idrok etish ko‘nikmalarining mavjudligi ko‘zatuvchanlikdir.

Muzey tomoshabinlarining materiallarni idrok etishga tayyorligi ularning “muzey madaniyati” darajasi orqali ham aniqlanadi. Bu tushuncha muzey ekspozitsiyasini anglash murakkab jarayon ekanligini va uning samaradorligi

tomoshabinning umumiy madaniy tayyorgarligiga, muzey muhitida o‘z yo‘nalishini topish qobiliyatiga, muzey tilining o‘ziga xosligini sezishiga hamda tarixiy-madaniy kontekstda eksponatlarni tushunish darajasiga bog‘liq ekanligini anglatadi.

Tadqiqotchilar insonning idrok etish tayyorgarligini baholashda bir qator ko‘rsatkichlardan foydalanadilar. Bularga tomoshabinning muzey haqidagi dastlabki bilimlar manbalari (masalan, adabiyotlar, ommaviy axborot vositalari, radio va teleko‘rsatuvlar) va muzeyga tashriflarining muntazamligi, ya’ni uning “muzey savodxonligi” kiradi.

Muzey madaniyati muammosi ayniqsa yosh auditoriyani – bolalarni o‘rganishda alohida ahamiyat kasb etadi. Insonning madaniy hodisalarga sezgirligi uning estetik talablari va idrok qilish qobiliyati qanchalik erta shakllanganiga bog‘liq. Bu qoidani muzey ta’siri sohasiga tatbiq etish mumkin: bolalarni muzey bilan tanishtirish qanchalik erta boshlansa, ularning kelajakdagi muzey madaniyati darajasi shunchalik yuqori bo‘ladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey auditoriyasi tushunchasini aniqlashtirish zarur. Yuqorida keltirilgan mezonlar – jamiyatdagi o‘rni va demografik xususiyatlar, muzeyga bo‘lgan faollik, qiziqish yo‘nalishi va idrok etish tayyorgarligi darajasi asosida ma’lum bir muzey yoki ixtisoslashgan muzeylar guruhi (masalan, badiiy yoki adabiy muzeylar) tomoshabinlarini, shuningdek, ayrim mintaqa yoki mamlakat muzeylarining auditoriyasini tahlil qilish mumkin. Bunda auditoriyaning dinamizmi kabi sifati namoyon bo‘ladi. Muzey auditoriyasining qiyofasi o‘zgaruvchan. Turli bosqichlarda biz sifat jihatidan boshqacha muzey auditoriyasiga duch kelamiz.

XXI asr muzeylar uchun innovatsiyalar asri deb belgilangan. So‘nggi yillar mobaynida muzeyshunoslar tomonidan ommaviy auditoriyani jalb etishdagi ko‘plab dolzarb masalalar ko‘rib chiqilmoqa. Muzeylarning tashkiliy tuzilishi va faoliyat samaradorligi uning ilmiy-tadqiqot va ko‘ngilochar resurslariga bevosita bog‘liq. Zamonaviy muzeylar o‘z faoliyatida interaktiv ekspozitsiyalar, virtual reallik texnologiyalari, multimedia taqdimotlar va loyihalashtirilgan ekskursiyalar kabi innovatsion vositalarni keng qo‘llamogda. Ushbu vositalar nafaqat tomoshabinlarga

bilim berish, balki ularni chuqur hissiy va tajribaviy aloqaga jalb qilish imkonini yaratadi.

Muzeyning atrof-muhit va jamiyat rivojiga ta'siri bir necha jihatdan namoyon bo'ladi. Bir tomondan, u madaniy merosni saqlash va targ'ib qilish orqali milliy va mahalliy identifikatsiyani mustahkamlaydi. Ikkinchidan, muzeylar turizmni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va infratuzilmani yaxshilash orqali iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Uchinchidan, ular ta'lim va madaniy diplomatiya platformasi sifatida xizmat qilib, turli madaniyatlar o'rtasida dialog va o'zaro tushunishni rivojlantiradi. Shuningdek, zamonaviy muzeylar ekologik barqarorlik, ijtimoiy inklyuzivlik va nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlik kabi dolzarb masalalarga e'tibor qaratish orqali jamiyatning barqaror rivojlanishida faol rol o'ynaydi.

Muzeylarning vazifasini aniqlash uchun "faoliyat" degan so'zning lug'aviy ma'nosini tavsiflashga to'g'ri keladi. Bu so'zning ma'nosi muzeylarning ijtimoiy-madaniy vazifasini to'liq ochib beradi. Shundagina muzeyga ma'lum bir faoliyat vazifasini bajaruvchi muassasa sifatida qarash mumkin bo'ladi. Muzeyga shu tarzda yondashish uning faoliyatida boshqa muassasalar faoliyatida mavjud bo'lmagan o'ziga xos sifatlarni ya'ni, fondlarni to'plash, yig'ish, ilmiy tadqiqot ishlarini olib borish, ekspozitsiya-ko'rgazma uyushtirish, ta'limiy-tarbiyaviy ish olib borish kabi amaliy jihatlarini ochib beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeyshunoslik, har qanday boshqa ilmiy intizom singari, tizimli bilimlar majmuasidan iborat bo'lib, o'ziga xos tuzilishga ega. Ushbu fanning tarkibi uning predmeti bilan uzviy bog'liq bo'lganligi sababli, bu borada turli talqinlar mavjud. Odatda, muzeyshunoslikning tarkibiy qismlari tarixiy, nazariy va amaliy yo'nalishlarga ajratiladi.

Nazariy muzeyshunoslik to'rtta asosiy elementni o'z ichiga oladi:

1. **Muzeyshunoslikning umumiy nazariyasi** – bu sohada muzeyshunoslikning obyekti, predmeti, metodlari va tuzilishi, shuningdek, uning ilmiy fanlar tizimidagi o'rni o'rganiladi. Unda ilmiy tushunchalar apparati ishlab chiqiladi, muzey predmeti va muzeyning o'ziga xos fenomeni tahli qilinadi. Bundan tashqari, muzeylarning ijtimoiy vazifalari, muzey tarmoqlarining shakllanishi,

muzeylar klassifikatsiyasi va tipologiyasi, shuningdek, muzey faoliyatining ilmiy asoslari o‘rganiladi.

2. **Hujjatlashtirish nazariyasi** – muzey fondlarini to‘ldirish, ya’ni kolleksiyaga obyektlarni tanlashning metodologik va uslubiy jihatlarini o‘rganadi.
3. **Zahira nazariyasi** – bu ilmiy-foydali ish metodologiyasini ifodalaydi. U muzey buyumlari va ularda mavjud axborotning qadrini aniqlash, eksponatlardan foydalanish, ularni hisobga olish va saqlash jarayonlari bilan bog‘liq.
4. **Kommunikatsiya nazariyasi** – muzeyni axborot almashish instituti sifatida o‘rganadi, unda axborot uzatishning xususiyatlari, muzey vositalari va kommunikatsiya shakllarining turli tomoshabinlar guruhlariga ta’siri tahli qilinadi.

Muzey manbashunosligi esa muzey predmetlarini manbashunoslik nuqtai nazaridan o‘rganishga qaratilgan; eksponatlarni aniqlash, tadqiq qilish va ulardan foydalanishning nazariy va metodik asoslarini ishlab chiqadi.

Amaliy muzeyshunoslik esa uchta asosiy bo‘limni o‘z ichiga oladi:

1. **Ilmiy-metodik ish** – bu muzey faoliyatining barcha turlarini qamrab oladi. Unda umumiy va maxsus metodik tadqiqotlar farqlanadi. Umumiy metodika barcha turdagi muzeylar uchun umumiy bo‘lgan, masalan, ekspozitsiya tuzish, muzey fondini saqlash, ekskursiya ishlari kabi tamoyillarni o‘z ichiga oladi. Maxsus metodikalar esa umumiy metodikadan kelib chiqadi, lekin ma’lum bir tip yoki yo‘nalishdagi muzeylar uchun mo‘ljallangan.
2. **Muzey ishi texnikasi** – ilmiy-metodik asoslarga tayangan holda, muzey binolarini loyihalash, turli materiallarni ko‘rgazmaga tayyorlash, axborot tarqatishning texnik vositalari, muzey predmetlarining fizik holatini o‘rganish, ularni buzilishdan himoya qilish va restavratsiya qilish bilan bog‘liq masalarni o‘z ichiga oladi.
3. **Muzey faoliyatini tashkil etish va boshqarish** – bu menejment va marketing masalari bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, muzey faoliyatini samarali tashkil etish va uni boshqarishni o‘z ichiga oladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

2.1 Muzeyshunoslikning fanlar sistemasidagi o‘rni. Muzeyshunoslik (muzeyologiya) – bu fanlararo xarakterga ega bo‘lgan, o‘ziga xos predmeti, metodologiyasi va bir qator boshqa fanlar bilan o‘zaro aloqadorligi bilan ajralib turadigan kompleks ilmiy yo‘nalishdir. Zamonaviy ilm-fan rivojlanishining asosiy tendensiyalaridan biri bilimlarning integratsiyasi va ularning differensiatsiyasi (bo‘linishi) hisoblanadi, natijada yangi intizomlar paydo bo‘ladi. Ushbu jarayon ko‘pincha tabiiy va ijtimoiy fanlar chegarasida joylashgan sohalarni – masalan, geografiya, kibernetika, etnik antropologiya, etnobotanika kabi fanlarni shakllantiradi.

Muzeyshunoslik o‘zining tadqiqot obyektining ko‘p qirraliligi tufayli aniq fanlararo tizimga kiradi. Shu bilan birga, uni ijtimoiy fanlar qatoriga kiritish uchun yetarli asoslar mavjud, chunki uning tadqiqot predmeti axborotni o‘zlashtirish va uni muzey eksponatlari orqali tarqatishga, shuningdek, muzeyning ijtimoiy institut sifatida faoliyat ko‘rsatishiga taalluqli qonuniyatlarni o‘z ichiga oladi.

Fanlararo xarakteri tufayli muzeyshunoslikning boshqa sohalar bilan o‘zaro bog‘liqligi integratsion tabiatga ega. Boshqacha qilib aytganda, turli fanlarning elementlari va muayyan muzey komponentlari birlashib, yangi sifatni yaratadi. Muzeyshunoslikda, birinchi navbatda, kasbiy ixtisoslik fanlari (masalan, tarix, san’atshunoslik, tabiatshunoslik) bilan bir qatorda pedagogika, psixologiya, axborot nazariyasi, sotsiologiya va manbashunoslik kabi fanlar o‘zaro ta’sir ko‘rsatadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Shunday qilib, zamonaviy talqinlarda muzeyshunoslik rivojlanayotgan ilmiy intizom bo‘lib, u insonning voqelik bilan o‘ziga xos munosabatini, ijtimoiy axborotni saqlash, uni idrok etish va muzey obyektlari orqali uzatishni, shuningdek, muzey faoliyatining tarixiy rivojlanishi va uning amaliy yo‘nalishlarini o‘rganadi.

“Muzey predmeti” tushunchasi ilk qarashda oddiy va tushunarli ko‘rinadi – u muzeyda saqlanadigan narsalar, tabiat ob’ektlari, yozma va tasviriy materiallarni anglatadi. Biroq, bu atama shunchaki muzeyga tegishli buyumlarni bildiradimi? Bu tushunchani ilmiy muomalaga 1930-yillarning boshlarida N. M. Drujinin kiritgan, ammo uning nazariy jihatdan ishlab chiqilishi bir necha o‘n yil o‘tgach boshlangan.

Xorijiy va Rossiya olimlari – Z. Stranskiy, Y. Benesh, K. Shrayner, A. M. Razgon, V. Yu. Dukelskiy, V. V. Kondratevning tadqiqotlarida muzey predmeti alohida bilim manbai sifatida, shuningdek, muzey kommunikatsiyasi tizimining asosiy elementi sifatida o‘rganila boshlandi. Muzey predmeti bo‘lish jarayonini sxematik tarzda tasavvur qilish mumkin: obyekt qanday qilib muzey kolleksiyasiga kiritiladi, qanday xossalarni saqlaydi va qaysilarini yo‘qotadi.

Tabiatda va jamiyatda juda ko‘p ob’ektlar mavjud bo‘lib, ular ilmiy, badiiy, tarixiy yoki memorial qimmatga ega va shu sababli muzeyda saqlanish uchun ahamiyatlidir. Bunday obyektlar “muzey ahamiyatiga ega predmetlar” deb ataladi. Ularning “muzey predmeti” maqomini olishi uchun bir qator izchil operatsiyalardan o‘tkazilishi kerak, bu jarayon davomida ular saqlash va turli maqsadlarda foydalanishga tayyorlanadi.

Muzey ahamiyatiga ega predmet birinchi navbatda aniqlanadi, joyidan olinadi, muzeyga olib kelinadi, hisobga olinadi va saqlanadi. Keyin to‘liq yoki dastlabki ilmiy ishlov beriladi va shundan keyingina u “muzey predmeti” nomini oladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeyda obyektning funksional ahamiyati emas, balki tarix va madaniyat yodgorligi sifatidagi ijtimoiy ahamiyati ustun hisoblanadi. Muzeyda predmet hujjatli guvoh, aniq fakt, voqea yoki jarayon belgisi, ramziga aylanadi. Mutaxassislar uni o‘rganish jarayonida unga xos bo‘lgan belgi va xarakteristikalarini aniqlaydilar. Fond kolleksiyasi va ekspozitsiyasida u boshqa predmetlar bilan bog‘lanadi va shu orqali muayyan tarixiy kontekstga kiritiladi.

Muzey predmeti ma’lum belgi va xususiyatlarga ega bo‘lishi kerak, aynan shu asosda u joyidan ajratib olinadi va muzeyga joylashtiriladi. Muzey predmetining turli jihatlarini tavsiflovchi uchta asosiy xususiyat keng tan olingan: informativlik, attraktivlik va ekspressivlik.

Informativlik – muzey predmetining mazmunli tomonini, uning tarixiy hodisalar, madaniy, ijtimoiy va tabiiy jarayonlarda ishtirok etish qobiliyatini ifodalaydi. Obyektda ilmiy hujjatda qayd etilgan ma’lumotlar yig‘indisi uning axborot potensialini tashkil qiladi.

Attraktivlik – obyektning tashqi ko‘rinishi, xususan, shakli, o‘lchami, rangi bilan tomoshabinlar e’tiborini jalb qilish qobiliyatini aks ettiradi.

Ekspressivlik – obyektning qadr-qimmatiga va uning odamda ma’lum hodisa, voqea va faktlarga nisbatan hissiy javob uyg‘otish qobiliyatiga bog‘liq.

Shunday qilib, muzey predmetini tabiatdan olingan yoki inson faoliyatining moddiy natijasi bo‘lgan, o‘rnidan ko‘chirilishi mumkin bo‘lgan obyekt deb ta’riflash mumkin. “Muzey predmeti” tushunchasi odatda asl nusxalarga nisbatan qo‘llaniladi va bu tushuncha tarix va o‘lkashunoslik muzeylari uchun eng muhim hisoblanadi. Tabiiy-ilmiy muzeylarda uning bilish imkoniyatlari cheklangan bo‘lsa, badiiy muzeylarda esa kolleksiyalarni to‘plashning estetik va san’atshunoslik mezonlari ustunlik qiladi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, muzeyshunoslik nafaqat boshqa fanlar yutuqlarini qo‘llaydigan amaliy soha, balki o‘ziga xos nazariyasi, metodologiyasi va ilmiy an’analariga ega bo‘lgan mustaqil fanlararo intellektual maydondir. U insoniyatning madaniy tajribasini tizimlashtiradi, saqlaydi va kelajak avlodlarga yetkazadi, shu bilan birga zamonaviy jamiyatning madaniy, ta’limiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qondiradi. Muzeyshunoslik – na faqat san’at, na faqat tarix, na faqat fan... Bu ularning barchasini o‘zida mujassam etgan va insoniyat madaniy merosini saqlovchi noyob sintezdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

2.3 Muzeylarning tarixiy rivojlanish omillari

Muzeylarning ijtimoiy funksiyalari uzoq tarixiy yo‘lni bosib o‘tgan bo‘lsa-da, bu masalaning nazariy jihatdan ishlab chiqilishi muzeyshunoslikning ma’lum bir rivojlanish bosqichiga to‘g‘ri keldi. Muzeyshunoslikda an’anaviy ravishda ikkita asosiy funksiya farqlanadi: hujjatlashtirish hamda ta’lim-tarbiya funksiyalari. Ushbu funksiyalar muzey faoliyatining o‘ziga xosligini, shuningdek, uning jamiyat va madaniyatdagi o‘rni va rolini belgilaydi.

Hujjatlashtirish funksiyasi tabiat va jamiyatda sodir bo‘ladigan hodisalarni muzey eksponatlari yordamida maqsadli ravishda aks ettirishni nazarda tutadi. Bu funksiyaning mohiyati shundan iboratki, muzey tabiat ob’ektlari va inson yaratgan buyumlarni aniqlaydi va tanlaydi, ular obyektiv haqiqatning asl guvohi hisoblanadi. Hujjatlashtirish funksiyasi jamiyatning ilmiy va madaniy talablariga javob beradi va

asosan muzey fondlarini to‘ldirish, ularni saqlash va o‘rganish jarayonlarida amalga oshiriladi.

Ta’lim va tarbiya funksiyasi esa muzey predmetining informativ va ekspressiv xususiyatlariga asoslanadi. Bu funksiya jamiyatning bilim olish va madaniy ehtiyojlariga javob beradi va muzeylarning turli ekspozitsion hamda madaniy-ilmiy faoliyatida amalga oshiriladi.

Ba’zi nazariyotchilar va amaliyotchilar tomonidan ilmiy-tadqiqot, saqlash (konservatsiya) hamda kommunikativ funksiyalarini mustaqil ijtimoiy funksiyalar sifatida ajratish taklif qilinadi.

Garchi muzeyning ijtimoiy funksiyalari masalasi chet el va mahalliy mutaxassislar tomonidan o‘nlab yillar davomida muhokama qilinayotgan bo‘lsa-da, bu masala hali ham to‘liq hal etilgan emas. Hozirgi mavjud fikr-mulohazalarga ko‘ra, ko‘plab tadqiqotchilar funksional tahlilning muzeyning jamiyatdagi rolini tushunishda va uning rivojlanish yo‘llarini aniqlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini ta’kidlaydilar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeyning ijtimoiy funksiyalari o‘zaro uzviy bog‘liq bo‘lib, doimo bir-biriga ta’sir ko‘rsatadi. Hujjatlashtirish jarayoni, odatda, muzeyning ekspozitsion va madaniy-ilmiy faoliyati orqali amalga oshiriladi. Ekspozitsiya esa muzey predmetlarini to‘ldirish, o‘rganish va tasniflash jarayonida olib borilayotgan ilmiy ishlarning o‘ziga xos namoyish shaklidir. Ko‘pincha aynan ekspozitsiyalar orqali ta’lim va tarbiya funksiyasi amalga oshiriladi. Ekskursiyalar, ma’ruzalar va boshqa madaniy-ma’rifiy tadbirlar ekspozitsiya va undagi muzey predmetlarining tushuntirish va sharhi vazifasini o‘taydi.

Odamlarning bo‘sh vaqtini mazmunli tashkil etishda muzeylarning rolining ortishi, o‘z navbatida, ularning ekspozitsion va madaniy-ilmiy faoliyatiga ta’sir ko‘rsatadi. Buning natijasida tomoshabinlar uchun yanada qiziqarli ekspozitsiyalar yaratish, maxsus ko‘rgazma maydonlari ajratish, multimedia vositalaridan (monitorlar, kompyuterlar) foydalanish, teatrlashtirilgan ko‘rgazmalar va kontsert tadbirlarini tashkil qilish kabi tendensiyalar shakllanmoqda.

“Muzey” atamasi yunoncha “μουσεῖον” (Museion) so‘zidan olingan bo‘lib, “muzalarga bag‘ishlangan joy” degan ma’noni anglatadi. Qadimgi davrlarda san’at asarlari ibodatxonalarda to‘planib, turli ko‘rgazmalar tashkil etilgan.

Muzey ishining rivojlanishi insonlarda kolleksionerlik tuyg‘usining paydo bo‘lishi va tabiatdan olingan yoki inson qo‘li bilan yaratilgan buyumlarni foydalilik yoki qimmatbaho buyum sifatida emas, balki hujjatli, memorial va estetik qadriyatli ob’ektlar sifatida saqlashdan boshlangan. Muzeyning dastlabki shakllariga misol sifatida Krit orolidagi Miken sivilizatsiyasidagi Knoss saroyidagi “Venus saroyi” kolleksiyasi (miloddan avvalgi XVI asr), In orakullar arxivi (miloddan avvalgi XII-XIII asr, Xitoy), Nineviya saroy kutubxonasi (miloddan avvalgi VII asr) kabi namunalarni keltirish mumkin.

Kolleksiyalarda to‘plangan buyumlar har doim o‘sha davrning madaniy qiziqishlarini aks ettiradi. Qadimgi Rimda miloddan avvalgi III asrdan boshlab ibodatxonalarda faqatgina Varro galereyasi, Sulla, Serviliya kolleksiyalari, Krass, Lukull, Pompey va Sezarga tegishli san’at asarlari mavjud bo‘lgan.

Muzeylar qadimgi Yunoniston va Rimda paydo bo‘lib, Uyg‘onish davriga kelib zamonaviy ahamiyat kasb eta boshladi. Muzey – tarix, moddiy va ma’naviy madaniyat yodgorliklarini saqlash, o‘rganish, to‘plash va namoyish qilish bilan shug‘ullanadigan muassasadir. Dastlab bu tushuncha san’at va fanga oid buyumlar (eksponatlar) to‘plamini anglatgan, keyinchalik XVIII asrdan boshlab eksponatlar joylashgan binoni ham o‘z ichiga olgan.

Antik davr jahon sivilizatsiyasida alohida o‘rin tutadi. Yevropa madaniyati tarixida hamda jamiyat rivojlanishida ilm-fan, adabiyot va san’atning barcha turlari rivojlanishini antik davrsiz tasavvur etib bo‘lmaydi. Yunon va lotin tillarida ilmiy-siyosiy terminlar sifatida hozirgacha saqlanib qolgan “demokratiya”, “respublika”, “fuqaro” kabi tushunchalarning paydo bo‘lishi antik davr bilan chambarchas bog‘liq.

Yuqorida ta’kidlanganidek, “museyon” atamasini birinchi marta yunonlar kiritgan va ilk museyonlar ham Yunonistonda paydo bo‘lgan. Qadimgi Yunonistonda “museyon” atamasi ma’budalar sharaflangan maskanlarga nisbatan qo‘llangan. Bu maskanlar tabiatning eng go‘zal joylarida, bog‘ va bog‘larda qurilgan. Museyonlarning

FOR AUTHOR USE ONLY

asosiy vazifasi odamlarning ibodatlarini amalga oshirish uchun joy bo‘lishi edi. Yunon panteonida 9 ta muza mavjud edi. Museyonlarda falsafaga ham alohida ahamiyat berilgan. Miloddan avvalgi IV asrda tashkil etilgan Pifagor maktabi ham museyon deb atalgan.Museyonlarning keyingi rivojlanishida din va ilm fanning uyg‘unlashib ketishiii ko‘ramiz.

Museyon diniy atama bo‘lishiga qaramasdan bir vaqtning o‘zida ilm-fan, adabiyot, san’atkorlar maskani hisoblangan. Nodir buyumlar kolleksiyasi yer yuzida qadimgi antik Yunonistonda paydo bo‘ldi. Diniy urf-odatlarga ko‘ra muvafaqqiyatli janglardan keyin yoki bayramlarda ba’zan odamlar o‘z xavas-istaklari bilan but va sanamlarga sovg‘a-salomlar olib kelishgan. Ushbu sovg‘a-salomlar vaqt o‘tishi bilan ko‘payib, badiiy to‘plamlarga aylangan va museyonlarning asosiy kolleksiyalarini tashkil etgan. Bunday sovg‘alar ko‘pincha san’at asarlari ya’ni xaykallar, suratlar, noyob buyumlar, oltin-kumush bezaklar, oltindan ishlangan ruzg‘or buyumlari, amaliy san’at namunalari bo‘lgan. Bu nodir buyumlar exrom kohinlarining nazorati ostida bo‘lgan. Ularning vazifasi nafaqat asrash, balki ularni xisob-kitob qilish, ruyxatga olish kabi ishlarni xam bajarishgan. Koxinlar xar bir eksponatning tashqi ko‘rinishi, qanday materialdan ishlanganligi, og‘irligi to‘g‘risidagi to‘la ma’lumotlardan iborat ruyxat tuzishgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Museyonda saklanayotgan buyumlarni yo‘qotish yoki yaroqsiz axvolga keltirish aslo mumkin emas edi. Zero, ma’budlarga qilingan exsonlar qiymati jixatidan bebaxo xisoblangan va diniy tasavvurlarda mazkur buyumlarga ham muqaddaslik maqomi berilgan. Faqatgina zarur xollardagina ularning o‘rni yoki joyi almashtirilib turilgan. Badiiy axamiyatga ega bo‘lmagan predmetlar maxsus yerto‘lada saqlangan.

Ellinizm davrida san’at asarlarini to‘plash individual va maqsadli xarakter kasb eta boshladi. Bu davrda birinchi kolleksionerlar sifatida odatda ellinizm hukmdorlari tilga olinadi. Ushbu davrda qadimiy va nodir qo‘lyozmalarni yig‘ish nihoyatda qadrlangan. Dastlabki kolleksionerlar qadimiy va noyob kitoblarni to‘plash uchun o‘z resurslarini tejamasdan sarflaganlar. Misol uchun, Misrda hukmronlik qilgan Ptolomeylar sulolasi vakillari bunday faoliyatni amalga oshirgan. Eramizning I asr oxiriga kelib Aleksandriya kutubxonasining fondida 700 mingdan ortiq papirus

qo‘lyozmalari mavjud edi. Misr hukmdorlari kutubxona fondini boyitish uchun har qanday choralarga murojaat etishgan. Aleksandriya portiga kelgan har bir kema diqqat bilan tekshirilib, barcha yozuvli materiallar, kitoblar va papirusda tayyorlangan hujjatlar musodara qilinib, kutubxona fondiga o‘tkazilgan. Misr podsholarining kitoblarga bo‘lgan muxabbatini bilgan savdogarlar o‘z kemalarida ularning xurmatini qozonish maqsadida sovg‘a-salomlar o‘rnida ko‘pincha turli kitoblar olib kelishar edilar. Odatda kemalardan tortib olingan kitoblar va boshqa xujjatlardan nusxalar ko‘chirilib, ushbu nusxalar savdogarlarga qaytarib berilar, asl nusxalar esa kutubxona fondiga joylashtirilar edi. Ptolomey sulolasi vakillari Afina kuchalarida Esxil, Sofokl va Evripidlarning qo‘lyozmalarini sotib olish maqsadida kezishar ekan, mazkur qo‘lyozmalar uchun bor boyliklarini sarflashdan toyishmagan. Kupincha ular qo‘lyozmalarni tekinga yangi papirus qog‘ozlariga ko‘chirtirib, tarixiy axamiyati katta bo‘lgan xaqiqiy qulyozmalarni o‘zlari bilan olib ketishardi.

Attalidaning pergam shoxlari xam ishtiyoqi baland biblifil bo‘lishgan. Ularning fondida 200 mingdan oshiq kitoblar mavjud bo‘lib, ular Ptolomeylardan farqli o‘larok kitoblardan tashqari turli xaykallar va boshqa tasviriy san’at asarlarini ham kolleksiyalari tarkibiga qo‘shishgan. Ular haqiqiy san’at asarlari uchun bor boyligini tikishga tayyor san’at ixlosmandlari bo‘lishgan. Rim tomonidan eramizdan oldingi 146 yilda Yunonistoning Korinf shaxri bosib olinishi natijasida o‘lja sifatida olib kelgan san’at asarlari savdosi vaqtida Attal II Aristidning “Dionis” kartinasi uchun 600 ming dinor pul to‘lashni taklif qilgani tarixiy solnomalarda qayd etib qoldirilgan. Rim qo‘shini qo‘mondoni Lutsio Mummioga kartina uchun Attal II tomonidan taklif etilgan bu ulkan mablag‘ shubxali tuyuladi va kartinada-o‘zi tushunmaydigan qandaydir sir borligini taxmin qilib, uni sotish fikridan qaytadi. Attal II ning ko‘ndirishga bo‘lgan urinishlariga qaramasdan, kartinani Serera ibodatxonasiga tortiq qiladi.

Attalidlar sulolasi vakillari o‘z madaniy boyliklari uchun maxsus bino qurishmagan. Yillar davomida yig‘ilgan turli xaykallar, tasviriy san’at asarlari saroyda, jamoat joylarida va ibodatxonalarda saqlangan. Xaykallar kolleksiyasining bir qismi kutubxonada saqlanganligi qazishma ishlari davomida Gomer, Sapfo, Alkey va

FOR AUTHOR USE ONLY

Gerodotlarning kutubxona binosi joylashgan hududdan topilganligi bilan izoxdanadi. Qazishma ishlari davomida kutubxona binosidan uncha uzoq bo‘lmagan xududda Afina ma’budining turli obrazlarda yaratilgan xaykallar kolleksiyasi topilgan.

Qadimgi qo‘lyozmalarda qoldirilgan esdaliklarni o‘rgangan arxeolog olimlar Pergamda tuplangan Attalidlar sulolasi kolleksiyasida Kefisodot, Praksitel, Miron va boshqa klassik davr ustalarining asarlari urin olganligini aniqlashdi. Shuningdek Pergam xukmdorlari grek san’ati endigina oyoqqa turayotgan arxaika davrida yaratilgan san’at asarlarini yig‘ishga ayniqsa o‘zgacha ishtiyoq bilan yondoshishgan. Tarixiy qo‘lyozmalarda yozilishicha, Attal II saroyi xovlisida Afina Akropolidagi mashxur xaykallar namunalari saqlangan, eramizdan oldingi VI asrlarda Bupal tomonidan yaratilgan Xarit xaykallari ham namoyish etilgan.

Pergam kolleksiyasining eng tengsiz eksponati eramizdan oldingi V asrning birinchi choragida Eginlik Onat tomonidan yaratilgan Appolonning mis xaykalidir. Tarixchi Pavsaniy tomonidan yozib koldirilishicha, Appolon xaykali o‘z maxobati bilan san’at asarlari orasida eng buyuk xazinasi sifatida qadrlangan. Aynan shu shaxarda Afinalik rassom Appolodor tomonidan (eramizdan oldingi V asrning sunggi choragi) yaratilgan “Chaqmoqdan yengilgan Ayaks” kartinasi xam saqlanganligi Attal II va uning boshqa sulola vakillari tomonidan san’at asarlarini to‘plashdagi mahoratlari va mexnatlari samarasi ulkan bo‘lganlidan dalolat beradi. Rassom Appolodor antik dunyoda tasviriy san’at asoschisi sifatida qurilib, u dunyo tasviriy san’atida ilk bora nur va soya uyinini buyoqlar yordamida tasvirlay olgan buyuk rassom sifatida baxolanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Attalidlar sulolasi kolleksiyasining rang-barangligi ularning nafaqat xoxish-istaklari balki butun grek san’atining barcha namunalarini yig‘ishga bo‘lgan ishtiyoqlarini ham ko‘rsatadi. Agarda biror bir asarning asl nusxasini qo‘lga kiritipshing iloji bo‘lmasa, ular xech bulmasa shu asarning nusxasini ko‘chirib olishga va o‘z kolleksiyasiga qo‘shishga xarakat qilishgan. Bunga yaqqol misol sifatida fransuz arxeologlari tomonidan Delfada o‘tkazilgan qazishma ishlari davomida topilgan ma’lumotlarda ko‘rsatilishicha, Attal II eramizdan oldingi 141-140 yillarda uch nafar rassomni Polignot tomonidan Gomer asarlariga ishlangan suratlarni

ko‘chirish uchun yollab, ularning ish faoliyatini shaxsan o‘zi kuzatuv ostiga olganini keltirish mumkin.

Ptolomeylar va Attalidlar sulolasi vakillari o‘z kolleksiyalarini boyitish yo‘lida katta raqobat bilan ko‘rashishgan, ayrim tarixchilarning taxminlaricha, Ptolomeylarning kolleksiyasi kolleksionerlikning to‘g‘ri manodagi talqinida emas, balki butun ellinistik olam madaniyatining gegemoniga aylanishga bo‘lgan ishtiyoq sababli vujudga kelgan.

Aleksandriyada madaniyatning yuksalishida ikki asosiy institut — museyon va kutubxonalar yuqori o‘rin tutgan. Bu muassasalar yunon ko‘chmanchilarining o‘z yurtlari tarixi, madaniyati va san’atining o‘z ahamiyatini yo‘qotmasligi yo‘lida ulkan tadqiqot ishlari o‘tkazilgan. Aleksandriya museyonlari xuddi yunon museyonlari tartibida tashkil etilgan bo‘lib, Aleksandr Makedonskiyning ustozi Aristotel tajribasi va tavsiyalari asosida vujudga kelgan. Qadimgi yunon madaniyati bilan aloqalarni Attalidlar ham mustahkam ushlashgan. Aynan yunon uslubidagi museyonlar va kutubxonalar tashkil etilgan bo‘lsada, o‘zining maxobati va axamiyati jixatidan baribir Ptolomeylar tashkil etgan madaniyat markazlaridan ustun bo‘lmagan.

Ellinizm davrida kolleksionerlik faoliyati davlat darajasidagi ahamiyatga ega bo‘lib, bu bilan asosan hukmdorlar oilasi a’zolari shug‘ullangan. Ushbu davrda shaxsiy kolleksionerlik rivojlanmagan bo‘lsa-da, Ellinistik dunyoga qo‘shni bo‘lgan Rim imperiyasida shaxsiy kolleksionerlikning ilk belgilari paydo bo‘la boshlagan edi.

Ellin davlatlari bilan bir qatorda Rim davlati ham kuchayib, o‘z saloxiyatini kuchaytirib bordi. Eramizdan oldingi III asrda Rim xam madaniy, xam iqtisodiy jixatdan boy bo‘lgan yunon shaxarlari, Janubiy Italiya hamda Sitsiliyadagi shahar-davlatlarni birin-ketin bosib ola boshlaydi. Eramizdan oldingi II asrga kelib Rim qo‘l ostiga Makedoniya, Bolqon yarim oroli mamlakatlari hamda Pergam podshoxligi xam o‘tadi. Eramizdan oldingi 30 yilga kelib Rim qo‘shinlari sunggi ellin davlati xisoblanmish Misrga bostirib kelishadi. Mashxur Rim shoiri Goratsiyning mashxur “Asirga olingan Yunoniston g‘olib Rimni o‘ziga maftun etdi” degan satrlarida ayon bulgan xaqiqat shunda ediki, Rim hukmdorlari madaniyat va san’atning qadriga faqatgina Yunonistonni bosib olgachgina, uning boy madaniyati bilan tanishgachgina

FOR AUTHOR USE ONLY

yeta boshlashdi. Uziga ishongan va maqtanchoq rimliklar o‘zlari xoxdab-xoxlamay buyuk Elladaning boy madaniyatiga maxliyo bo‘lib qolishdi. Adabiyot, san’at, ilm-fan va ta’lim borasida Yunonistondan o‘rnak olishdi.

Sekin-astalik bilan tasviriy san’at asarlari, xaykallar, vazalar va boshqa san’at asarlarining nafaqat oddiy ahamiyati, balki badiiy qiymatga ham ega ekanligi Rimliklar ongiga singib bordi. Rimliklarning ilk o‘ljasi bo‘lgan Tarenta shaxrini talagan rim askarlari odamlardan tilla va boshqa qimmatbaxo metallardan yasalgan taqinchoqlar, pul hamda uy xayvonlari bilan bir qatorda ilk marta turli san’at asarlarini xam olib ketishdi. Ushbu o‘ljalar ichida Rim zodagonlari uchun san’at asarlari qadrliroq tuyulganini ko‘rgan xarbiy sarkardalar endi har bir xarbiy yurish chog‘ida askarlarga avvalo san’at asarlarini topishni va ularga ziyon-zahmat yetkazmasdan Rimga olib kelishni buyurishadi.

Rim tarixchisi Tit Liviyning yozishicha, eramizdan oldingi 212 yilda Sirakuza shaxriga bostirib kelgan rim qo‘shini sarkardasi Mark Klavdiy Marsella san’at asarlariga boy Sirakuza shaxri ko‘chalarini bezab turgan oddiy haykallarni ham o‘lja sifatida olib ketishi sababli shahar qarovsiz qiyofaga kirib qolgan.

Eramizdan oldingi II-I asrlar davomida yunon san’ati namunalari to‘xtovsiz Rim tomon oqishda davom etdi. Rimliklar mazkur san’at asarlari bilan o‘z saroylarini, uylarini, ibodatxonalari forumlarini bezatishgan. Faqatgina eramizdan oldingi II asrning ikkinchi yarmiga kelibgina yig‘ilgan kolleksiyalarni saqlash uchun maxsus binolar qurila boshlandi. Aynan mana shunday binolarning birinchisi Rim armiyasi qo‘mondoni Kvint Sesiliy Metell tomonidan o‘zining Makedoniyani bosib olishi sharafiga (er.av 148 y.) qurilgan. Mazkur binoda Metellning barcha harbiy yurishlarida qo‘lga kiritilgan san’at asarlari, turli kitoblar va haykallar saqlangan. Aynan shular qatorida haykaltarosh Lisipp tomonidan yasalgan 26 ta bronza haykaldan iborat Aleksandr Makedonskiyning Doro III ustidan eramizdan oldingi 334 yilda Granik daryosi buyida qozonilgan g‘alabasiga bag‘ishlab yaratgan asarlari ham o‘rin olgan edi.

Harbiy yurishlar davomida yig‘ilgan san’at asarlarining aksariyat qismi amaldorlar, zodagonlar va oddiy harbiylarning saroylari va uylaridan o‘rin olganligi

FOR AUTHOR USE ONLY

shaxsiy kolleksionerlikning ilk kurtaklari sifatida baholanadi. Rimliklarning mazkur harakatlari qadimdan sexrli hudud deya ta'riflangan Yunoniston madaniyatining Rim madaniyatiga ulkan ta'sir o'tkazibgina qolmasdan, insonlarning dunyoqarashini, san'at va madaniyatga bo'lgan e'tiborini keskin o'zgartirdi. Shuningdek, yunon madaniyati ta'sirida ayrim Rim ulamolarining qadimdan saqlanib kelayotgan an'analari buzilayotganligi sababli qarshilikka ham uchradi.

Rimda san'at faqatgina davlatni ulug'lash uchun vosita vazifasini bajarar, yaratilayotgan asarlar asosan hukmdorlarni sharaflash, ularning harbiy yutuqlarini ko'z-ko'z qilish va harbiy-vatanparvarlik g'oyalarini xalq ongiga singdirish uchungina yaratilar edi. Xarbiy yurishlar orqasidan keltirilgan san'at asarlari ham keng jamoatchilik e'tiboriga namoyish etilardi va bu ham urushdagi g'alabalar nashidasi kabi tuyulib, oddiy xalqda vatanparvarlik g'ururini oshishiga xizmat qilardi. Oddiy xalq ushbu san'at asarlarini qo'lga kiritish haqida uylamasdi. Chunki ushbu asarlar o'zga din va o'zga xudolarni madx etuvchi oddiy matox degan qarashlar vujudga kelgan edi. Ammo shunday bulsada, eramizdan oldingi I asrga kelib kolleksionerlar safiga oddiy xalk vakillari xam kushila boshlashdi. Bu davrning eng katta kolleksionerlaridan biri Korneliy Sulla bulib, u butun Ellada buylab yurib, san'at asarlarini yig'ishdan toymagan. Olimpiya tog'ini piyoda kezib, yo'lida uchragan barcha san'at asarlari va qimmatbaxo buyumlarni ustalik bilan qo'lga kiritardi, u ko'pincha oddiy yunon dexqonlaridan "Bu ma'buda xaykali menda saqlansa u asrlar buyi butun saqlanadi, bu buyuk san'at asarini kelajak avlodga faqatgina men yetkaza olaman!" deya aldab-avrab, ba'zida esa g'irromlik va tadbirkorlik bilan qo'lga kiritardi. Uning izdoshi Mark Skavr eramizdan oldingi 59 yilda Peleponnes (xozirgi Sikione) shaxrida Rim davlati xazinasi uchun o'lpon o'rnida shaxardagi barcha san'at asarlarini yig'ib topshirish shartini qo'yadi. Peleponnes axolisi noiloj ushbu shartga ko'nib, shaxardagi jamiki san'at asarlarini uning qo'liga topshirishadi.

Aldov, ustomonlik, qo'rqitish, o'g'irlik va bosqinchilik yo'li bilan Sitsiliyadagi eng katta kolleksionerga aylangan shaxe Gay Berres edi. Sitseronning yozib qoldirishicha, eramizdan oldingi 70 yillarda Gay Berres butun Janubiy Italiyadagi xonadonlarni bittalab ko'zdan kechirgan va jamiki san'at asarlarini qo'lga

FOR AUTHOR USE ONLY

kiritgan edi. U shu qadar ochko‘z ediki, o‘zi mexmon bo‘lgan xonadondagi san’at asarlarini ham undirishga xarakat qilar, mahalliy xukmdorlar bilan til biriktirgan xolda katta o‘ljalarni osonlik bilan qo‘lga kiritar edi. Messini shaxrinipg eng obro‘li odami hisoblanmish Gay Geyning uyidan aldov yo‘li bilan Miron, Praksitel va Polikletlarning asarlaridan iborat yirik kolleksiyani judayam kulguli narx- 6500 sestersiyga sotib oladi. U shuningdek, Sirakuzada mexmon bo‘lib turgan Suriya shaxzodasi Antioxdan ustomonlik va aldov yo‘li bilan qimmatbaxo vazalar to‘plami hamda qimmatbaxo toshlar bilan bezatilgan Yupiter Kapitoliy ibodatxonasi uchun yaratilgan noyob shamdonii ham qo‘lga kiritadi. Tindarida shaxridagi Merkuriy xaykalini xar kanday yo‘l bilan bo‘lsada egallab olish ishtiyoqi uni shaxar xokimini kiyimsiz xolda yomg‘ir ostida markaziy maydonga bog‘lab qo‘yishgacha olib boradi va shaxar kengashi boshqa iloji yo‘qligidan o‘zlarining eng muqaddas ma’budi Merkuriy xaykalini Verresga berishga majbur bo‘ladi. U xattoki ko‘ziga yaxshi kuringan rele’f tasvirlarini devorlardan ko‘chirtirib olar, eng muqaddas deya qadrlanadigan ibodatxonalarni ham tintuv qilishdan toymasdi. Sitseronning yozishicha, san’at asarlarini yig‘ishga bo‘lgan ishtiyoqini Verresning o‘zi ehtiros, do‘stlari va yaqinlari aqldan ozish, oddiy xalq esa qaroqchilik deb hisoblardi. Lekin, davlat xisobiga topshirilishi lozim bo‘lgan boyliklarni o‘zlashtirganligi uchun eramizdan oldingi 43 yilda uning ustidan bo‘lib o‘tgan sudda Sitseronning nutqidan so‘ng quvg‘inlikka rozi bo‘ladi va shunda ham kolleksiyasining bir qismini o‘zi bilan olib ketishga muvaffaq bo‘ladi. Triumvir Mark Antoniy buyrug‘i bilan Verres o‘ldiriladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bu davrda san’at asarlarini kolleksiya qilish boylik va obru orttirish ishtiyoqi bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan bo‘lsada, haqiqiy san’at asarlarining qadriga yetadigan hamda san’at asarlari uchun kuch va qudratini namoyish etish fikridan yiroq bo‘lganlar ham bor edi. Bular qatorida avvalo Sitseron va uning yaqin do‘sti Attika, davlat arbobi, shoir va qo‘mondon Aziniy Pollion, senator va yozuvchi Kichik Pliniylar bor edilar. Kolleksionerlik bilan bir paytning o‘zida badiiy asarlar bozori ham rivojlanib, dallollar va ekspertlar ham paydo bo‘lishdi. Eramizdan oldingi I asrga kelib san’at asarlari savdosi kuchayadi. Auksionlar va yarmarkalar odatiy tusga kirib, ba’zan bir butun kolleksiyalar to‘plami savdolari ham uyushtirib turilardi. San’at asarlari

shaharlardagi bozorlarda ham sotilib, san'at ixlosmandlari yangi san'at asari topish ilinjida shaharma-shahar, bozorma-bozor kezishni odat qilib olishgandi.

Rimda boshlangan san'atga ixlosmandlik ikki uzoqni ko'zlangan natijani berdi. Birinchisi, san'at asarlaridan nusxa ko'chirish san'ati rivojlanishi natijasida noyob san'at asarlarining umri uzayishiga va bugungi kunimizgacha yetib kelishida katta ahamiyat kasb etdi. Ikkinchisi esa, nusxalar orasidan asl san'at asarlarini aniqlay oladigan ekspertlar ya'ni san'atshunoslar paydo bo'ldi va ularning kasbiy ahamiyati yuksaldi.

Ilk davrlarda san'atshunos ekspertlar vazifasida xarbiy yurishlar oqibatida majburan Rimga keltirilgan Yunonistonlik rassom va xunarmandlar bulishgan bulsa, keyinchalik katta boylik va obru umidida yunon usta va hunarmandlarining o'zlari Rimga oqib kela boshlashdi. O'zining Gay Varresni "San'at asarlari xaqida" deb nomlangan ayblov nutqida Sitseron ikki nafar yunon ekspertlari aka-uka Tlepolem va Gieronlarni tilga olgan. Ular kichik Osiyodagi Kibir shaxridan chiqqan rassomlar bo'lib, Gay Varres raxnamoligi ostida san'at asarlarini qidirib topish va qo'lga kiritish yo'lida juda katta jonbozlik ko'rsatishgan. Xattoki, xalq orasida "Shu Tlepolem va Gieronga yoqmasinda iloxim!" degan ibora xam asrlar davomida mashxur bo'lib qolganligi ularning qanchalik sinchkov ekspert bo'lishganligidan dalolat beradi,

FOR AUTHOR USE ONLY

Ekspert-san'atshunoslar obrazida ko'pincha nusxa ko'chiruvchilar ham paydo bo'lardi. Ular san'at asarlaridan nusxa ko'chirish bobida usta bo'lish uchun san'at asarlarini puxta o'rganishlariga to'g'ri kelardi va o'z-o'zidan san'at asarlari bobida bilimlari va tajribalari oshib borardi.

Ushbu davr kolleksiyalarida san'at asarlaridan tashqari tabiatning g'aroyibotlari ham o'rin olgan edi. Jumladan, Buyuk Pompey Sharqdan qora Eben daraxti namunasini, Imperator Vespasian balzamli tosh, Mark Skavr esa Iudeyadan noma'lum dengiz maxluqining skeletini olib kelgan edi. Ushbu skeletni Andromedaning skeleti deya e'lon qilinishi bilan unga bo'lgan qiziqish shu qadar ortib ketadiki, uni ko'rish uchun odamlar uzoq shaxarlardan kelishar edi. Imperator Avgust (er.avv. 27-14 yillar) esa san'at asarlaridan ko'ra o'z saroyi va bog'larini Kiprdan qazib olingan g'aroyib va baxaybat xayvonlar suyaklari bilan bezashni xush ko'rgan.

Tarixchilarping taxminicha, ushbu suyaklar dinozavrlarga tegishli bo‘lishi mumkin. Bundan tashqari Avgustning kolleksiyasidan Sharqdan keltirilgan oltin iplari bilan to‘qilgan turli gilamlar, oltin, bronza va kumushdan yasalgap turli vazalarni topish mumkin edi.

Eramizdan oldingi I asrga kelib, pinakotekalar villalarning muhim apartamentiga aylanib bordi. Villa soxiblari o‘z ota-bobolari suratlari va ulardan qolgan nodir buyumlardan tashqari o‘zlari to‘plagan kolleksiyalarini xam saqlashga odatlanishdi va kelgan mexmonlarni avvalo o‘z pinakotekasini tomosha qilishga taklif etish odat tusiga kirdi. Vitruviyning mashxur “Me’morchilik xaqida” deb nomlangan traktatida (er.avv. I asr o‘rtalarida) tasviriy san’at asarlarini tomosha qilish uchuy ma’lum masofadan turib yoki ayrim san’at asarlarini esa yaqindan turib tomosha qilinishi lozim. Shuning uchun tasviriy san’at asarlari namoyish etiladigan bino keng, yorug‘ va baland shiftli bo‘lishi lozimligini, bino shunday yoritilishi lozimki, quyosh nurlari san’at asarlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri tushmasligi ta’minlanishi lozim degan xulosaga kelgan. Vitruviy quyosh nurlari san’at asarlarida ishlatilgan buyoqlarning eng birinchi dushmani deb hisoblagani uchun ushbu xulosaga kelgan.

Vitruviyning tavsiyalariga amal qilgan mashxur notiq Gortenziy o‘z kolleksiyadan o‘rin olgan Kidiyning “Argonavtlar” asari uchun Tuskulandagi villasida aloxida pavilon qurdiradi. Tasviriy san’at asarlarini namoyish etishda tilla suvi yurigilgan ramkadan foydalanilib, kartina maxsus yasalgan moslamaga o‘rnatilib, namoyishga qo‘yilgan.

Sitsieron esa o‘z bog‘ida maxsus me’morchilik g‘oyasi asosida yunon faylasuflarining haykallaridan iborat “Faylasuflar bog‘i”ni tashkil etgan. Xamma kolleksionerlarda xam san’at asarlarini namoyish etishda intellektual yondoshuv kuzatilmagan. Davlat va jamoat arboblari xisoblanmish Lukulla, Krassa, Pompey kabilarning kolleksiyalari betartib va mantiqan noto‘g‘ri tarzda namoyish etilishi o‘zlari kabi to‘pori harbiylar nazdida ulkan madaniyat namoyishi xisoblanardi. Ayrim san’at ixlosmandlari esa ularning didsizligidan goxo oshkora, goxo pinxona kulishar edilar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Imperator Neron davriga kelib davlat xazinasida to‘plangan san’at asarlarini namoyish etish va ulardan zavqlanish uchun aloxida saroy qurish tashabbusi chiqadi va eramizning 60-yillarida Rim markazida 100 gektar yer maydonini egallagan va o‘z ichiga Fortuna ibodatxonasi, term, nimfey, uzumzorlar, bog‘lar, xayvonot bog‘ini olgan ulkan saroy qurilgan. Saroy devorlari beton va g‘ishtdan qurilib, marmar bilan qoplanadi. Ichki devorlari mozaika, turli naqshlar va fil suyagidan qilingan plastinkalar bilan qoplab chiqiladi. Saroyni bezash ishlarida oltindan juda ko‘p foydalanilgani uchun, u “Oltin saroy” nomini oladi. Saroyga davlat xazinasidagi eng qimmatbaho va bebaxo san’at asarlari joylashtiriladi. Saroy bog‘larida xaykallar o‘rnatilib, judayam hashamdor tomoshagoh vujudga keladi. Ushbu saroy va imperator Neron oddiy xalq, ayniqsa elladaliklar nazdida eng shafqatsiz va adolatsiz hukmdor deb ko‘rilar va Rim imperatorlari ichida faqatgina Nerongina xalq tomonidan yaxshi xotirotlar bilan eslanmasdi.

69-yilda Rim taxtiga Flaviylar sulolasi kelishi bilan Oltin saroy buzib tashlanadi. Uning o‘rniga yangi “Avgustlar saroyi” deb nomlangan saroy, amfiteatr, Mira ibodatxonasi, Tit va Troyan termlari quriladi, Ammo Neron yaratgan bog‘lar Uyg‘onish davriga qadar saqlanib qoladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Imperator Adrian (117-138) tomonidan qurilgan, maydoni 120 gektardan oshiq bo‘lgan Rim shaxri tashqarisida, Tibur daryosi bo‘yida qurilgan villa o‘zining beqiyosligi va xashamatliligi bilan ajralib turgan. Shahar shovqinidan uzoqda bo‘lgan ushbu yerda imperator qabullar uyi, kutubxona va teatr binolari quriladi, uzumzor va boshqa mevali-manzarali daraxtlardan iborat bog‘-rog‘lar bunyod etiladi. Villada Platon va Aristotel akademiyalari bebaxo kitoblari, Aleksandriya yaqinidagi muqaddas Serapis shahridan keltirilgan san’at asarlari, Erexteyon yaratgan xaykallar, Fidiy va Polikletlar haykallari namoyish etilgan edi. Imperator Adrian bor mahorati va mexri bilan san’at asarlarini namoyish uchun joylashtirgan ediki, ushbu villa kichik Elladani eslatar edi.

Bu davrda qurilgan barcha ibodatxonalar, termlar, forumlar va saroylarning ustunlar bilan o‘ralgan galereyali qismi muhim apartamentga aylanib, galereyaning asosiy vazifasi san’at asarlarini oddiy xalqqa namoyish etish uchun muljallangan edi.

Ammo oddiy xalq ushbu galereyalarni teatr tomoshasi chog‘ida yomg‘ir yog‘ib qolganida pana joy sifatida ko‘proq qadrlar edi.

Eramizdan oldingi 27-23-yillarda imperator Avgust tomonidan Metella galereyasi qayta qurilib, o‘z singlisi Oktaviya nomi bilan atala boshlandi. Ushbu galereyada shuningdek, kutubxona, maktab, faylasuflar yig‘ilib suhbat quradigan dargoh ham mavjud edi. Bu yerda Rimning eng bebaxo san’at asarlari yig‘ilgan bo‘lib, o‘zining muxtashamliligi va badiiy qiymati jixatidan o‘z zamonasining eng obruli galereyasi xisoblangan. Bu yerda Venera va Kupidon haykallari, Fespiy va Antifil tasviriy san’at asarlari namoyish etilgan. Shuningdek, bu maskanda san’at asarlarini restavratsiya qilish ustaxonasi ham tashkil etilgan bo‘lib, ustaxonada Gay Asiniy Pollion sa’y-xarakatlari bilan bir qancha san’at asarlari restavratsiya qilingan.

San’at asarlarini galereyalardan tashqari ibodatxonalarda ham tomosha qilish mumkin edi. Masalan, Baxt ibodatxonasida Rim sarkardasi Lutsiy Mummiy tomonidan yig‘ilgan kolleksiya namoyish etilgan bo‘lib, bebaxo san’at asarlari orasida Praksitel yaratgan san’at asarlari, jumladan “Fespiadlar” va “Tespiadlar” xaykallar to‘plami ham namoyish etilgan edi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Eramizdan oldingi I asrda Rimning eng boy kolleksiyalaridan biri Kapitoliy oldida qurilgan yangi ibodatxonada joylashtirilgan edi. Ushbu kolleksiyadan o‘rin olgan xaykallar, tasviriy san’at namunalari va boshqa nodir buyumlar shu jumladan, mashxur afinalik rassom Nikiyning “Liber ota”, “Dionis” asarlarini, Zevskidning “Bog‘langan Marsiy” asarlarini hamda noyob ma’bud xaykallarini uchratish mumkin edi. Yunonistonlik er.avv. IV-III asrlarda yashab ijod etgan mashxur xaykaltaroshlar — Evfranor, Briaksid, Stennid, Piston va Nikeratlar tomonidan yaratilgan yunon xudolarining betakror haykallari mazkur kolleksiyaning bebaxo javoxirlari sifatida baxolangan.

Dastlabki davrda san’at asarlarining saqlanishiga javobgar shaxslar “senzor” va “edil” ya’ni zamonaviy til bilan aytganda omborchi va xisobchilar bo‘lgan. Ular san’at asarlarining hisobi, saqlanish texnikasi va xavfsizligiga javobgar bo‘lishgan. Bunda senzorlar san’at asarlarining turi, qiymati va saqlanish o‘rnini belgilab, ularning hisobini olib borishgan bo‘lishsa, edillar san’at asarlarining xavfsizligini, galereya yoki

ibodatxona binosining umumiy axvolini va barcha xodimlarning o‘z vazifalarini qanday bajaryotganliklarini nazorat qilishgan. Keyinchalik, Rim imperatori devonida maxsus lavozim — ko‘ratorlik lavozimi joriy qilinadi. Ko‘ratorlar imperiyaning butun madaniy boyligini, ulariing saqlanishi va foydalanilishini nazorat qiluvchi amaldor bo‘lib, senzor va edillar unga bevosita bo‘ysunuvchi xodimlarga aylanishdi.

Xulosa kilib aytganda, antik davrda kolleksiyalar tuplash va kolleksionerlik faoliyatiga ilk tamal toshi kuyilib, Yevropa va jaxon madaniyatida yangi sahifa ochdi. Antik davr kolleksionerlarining jonbozligi natijasida insonlar xakiqiy san’at asarlarining qiymati va qadriga yetishpi, san’at asarlaridan madaniy va ma’naviy zavk olishii o‘rganishdi. San’atdan estetik qarashlari yuksalishi natijasida butun Rim imperiyami xalqi jaxon miqyosida keng fikrli va dunyoqarashi o‘zgacha bo‘lgan ulkan sivilizatsiya — yangi madaniyat yarata olishdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Rus faylasufi Nikolay Fedorovning mukammal muzey loyihasi maqsadi nimadan iborat?

2. XX asr boshida amerikalik “Yangi muzey” kitobining muallifi, Nyuark muzeyining asoschisi Jon Kotton Dananing foydali muzey konsepsiyasi bugungi kundagi ahamiyati qanday?

3. Ma’lum bir muzeylar faoliyati bo‘yicha sotsiologik so‘rovnoma ishlab chiqing va ma’lum guruh o‘rtasida tajriba o‘tkazib tahlil qiling.

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Delosh, B. Muzeologiya: Teoreticheskiye osnovi muzeynogo dela. — Moskva: VGIK, 2011.

2. Strank, D., Makdonald, Sh. Muzeynie issledovaniya: Vvedeniye. — London: Routledge, 2015.

3. Axmedov, Q. Muzeyshunoslik asoslari. — Toshkent: Fan, 2017.

4. Buriyev, S. O‘zbekistonda muzeylar tarixi va rivojlanishi. — Toshkent: Akademnashr, 2020.

5. Jo‘rayev, N. ‘Yevropa madaniyati tarixi’. Toshkent: Universitet, 2005.

6. Xaitov, A. ‘San’at tarixidan lavhalar’. Toshkent: Fan, 1989.

FOR AUTHOR USE ONLY

3-MAVZU. QADIMGI RIMDA JAMOAT YIG‘IMLARINI SAQLASH, NAMOYISH QILISH VA KO‘RSATISH. YEVROPADA O‘RTA ASRLARDA KOLLEKSIYA YIG‘ISH.

Reja:

1. **Qadimgi Rimda jamoat yig‘imlarini saqlash, namoyish qilish va ko‘rsatish.**
2. **Yevropada O‘rta asrlarda kolleksiya yig‘ish**

Tayanch iboralari: *Eskulap ibodatxonasi, Gay Berresa, xaykallar vasiysi, prefekt, Konstantin, ibodatxona, imperator, edil, sensor.*

3.1 Qadimgi Rimda jamoat yig‘malarini saqlash, namoyish qilish va ko‘rsatish. Antik dunyoda biz odatda tushunadshan ma’nodagi muzeylar barpo etilmagan bo‘lsada, uning bugungi kunda “muzey faoliyati” deb ataladigan ayrim elementlari Qadimgi Rimda mavjud bo‘lgan edi. Bu yerda ibodatxonalar, jamoat binolari va ularda saqlanadigan ashyolarning xolati ustidan qattiq nazorat amalga oshirilardi. Respublika davrida ibodatxonalarga diniy buyumlarni taqsimlash, ularni va in’om kilingan xadyalarini xisobga olish ishlarini senzorlar amalga oshirishardi. Ular tuzgan xujjatlar ichida hatto urushlarda o‘lja olinib, zafar inshootlarida saqlanayotgan boyliklar ruyxatlari saqlanib qolgan, xolbuki ular haqida g‘amxurlik qilish triumfatorlarning oilasi va avlodlari zimmasiga tushgan. Jamoat binolarining xolati ustidan nazorat olib borish, shuningdek, ibodatxonalar xizmatchilarini yollash va ulariing ishini nazorat qilishm edillarning vakolatiga kirgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Imperiya davrida senzorlar va edillarning san’at asarlarini saqlash va qo‘riqlash vazifalari imperatorga buysunuvchi ikki nafar jamoat binolarining vasiysiga o‘tgan. Birinchisining ixtiyorida ibodatxonalar, ikkinchisinikida esa dunyoviy maqsadlardagi inshootlar bo‘lgan. IV asrning birinchi o‘ttiz yilligida boshqaruvning bu tizimi ham o‘zgarishga uchragan. Imperator Konstantinning farmoniga muvofiq ibodatxonalar vasiysi lavozimi tugatilib, uning vakolatlari qisman Rim shaxri prefektiga buysunuvchi

xaykallar vasiysiga o‘tgan. Tanazzul davrlarini istisno qilganda badiiy boyliklarnn boshqarishning bu tizimi imperatorlik Rimida yetarlicha samarali ishladi.

Jamoat to‘plamlari, jumladan ibodatxonalardagi to‘plamlarni qo‘riqlash, ularni ozoda va tartibli saqlash, buzilish va shikastlanishlardan asrash maxsus xizmatchilarning vazifasi xisoblangan. Mavjud qoidalarga muvofiq, ular asrashga olingan barcha asarlarni o‘z davomchilariga hisobot ostida topshirganlar, predmetlar yo‘qolganda jarima yoki kompensatsiya to‘laganlar. To‘plamlar uchun xaykallardan oltinni ajratib olish ishqibozlari, o‘g‘rilar, qaroqchilar tomonidan hamisha xavf mavjud bo‘lgan. Masalan, Sitsiliya noibi Gay Berresa qorong‘i tunda yo‘l ko‘rsatuvchilar va sheriklar yordamida Agrigentdagi Eskulap ibodatxonasidan Mironning ishi bo‘lmish Apollon xaykalini o‘g‘rilashga muvaffak bo‘lgan, uning odamlari Gerkules xaykalini qo‘lga kiritish uchun tunda ibodatxonaga xujum uyushtirganlar, ularning baxtiga qarshi bu niyat amalga oshmagan, chunki tungi qorovullarga Agrigent axolisi yordamga yetib kelgan. Talonchilar qochish vaqtida ikkita kichik haykalchani o‘marib keta olganlar, xolos.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ammo o‘t-olov bosh “o‘g‘rilardan” va buzuvchilardan biri xisoblanadi. Imperator Klavdiy davrida (41-54) olov mashxur Baxt ibodatxonasini vayron qilgan, milodning 69 va 89-yilida Kapitoliydagi Yupiter ibodatxonasi gulxan iskanjasi ichida qolgan, milodning 192-yilida Tinchlik forumi va uning ichidagi asarlar bilan birga Protogenning mashxur “Ialis” kartinasi kuyib, kulga aylangan.

Ochiq xavoda ko‘up san’at asarlarini namoyish qilish sharoitlarida buzuvchi ta’sirlarga qarshi ko‘rashish kam samara bergan, lekin baribir bu ish amalga oshirilgan. Fil suyagidan yasalgan haykalni buzilishdan asrash uchun ko‘pincha zaytun yog‘idan foydalanilgan. Fidiy tomonidan Olimpiyada yasalgan Zevs xaykali oldidagi marmar polga biroz kutarilgan marmar xoshiya ulangan, u bu tomonga oqqan moyni ushlab kolishga xizmat qilgan. Botqoq xavosi va yuqori namlik sharoitlarida Zevs xaykali uchun aynan moy foydali bo‘lgan bo‘lsa, havo quruq bulgan Afina Akropolidagi Afina Parfenos xaykali moyga emas, balki suv bug‘lariga muxtojlik sezgan, shu sababli uning yonida suv to‘la xovuz barpo etilgan. Rimda ham konservatsiyalashning shunga

o‘xshash usuli qo‘llangan; masalan, Saturn ibodatxonasidagi iloxa xaykali zaytun yog‘iga chumdirilgan.

Ba’zan mis va bronza buyumlarpi zanglashdan asrash uchun zaytun yog‘idan foydalanishgan, ammo ularni suv, qatron yaxshi asraydi deb xisoblashgan. Aynan shu sababli Stoa Poykilda saqlanayotgan mag‘lub spartaliklarning mis qalqonlari, qadimgi yunoy yozuvchisi Pavsaniyning guvoxdigiga ko‘ra, “ularni vaqt yoki namlik yemirmasligi uchun qatronlangan” edi.

Rim davrida konservativ xarakterdagi ishlar bilan bir qatorda ta’mirlash ishlari xam bajarilgan; ularning ayrimlari juda muvaffaqiyatli amalga oshirilgan. Masalan, miloddan avvalgi 60-30 yillarda Rimda ishlagan afinalik xaykaltarosh Evandr miloddan avvalgi IV asrda yashagan mashxur xaykaltarosh Timofey ijodiga mansub Platinadagi Apollon ibodatxonasida saklanuvchi Diana (Artemida) xaykalini muvaffakiyatli almashtira olgan. Bizning kunlarimizgacha saqlanib qolgan ayrim xaykallarnp qayta yaratish buyicha mohirona bajarilgan ishlar antik davr ta’mirchilarining muayyan yutuklaridan dalolat beradi.

Ta’mirlash ishlari pinaklarda amalga oshirilganligi xaqidagi bilvosita dalillar ham saqlanib qolgan, ekspozitsiya maqsadlarida suratli shtukaturkani kesish texnikasi qo‘llangan, ular yog‘och ramalarga joylangan. U davrlarda yaxshi biriktiruvchi materiallarning mavjud bo‘lmaganligi sababli sopol, kumush buyumlarni va boshqa amaliy-bezak san’ati asarlarini ta’mirlash katta qiyinchiliklarni keltirib chiqargan.

Milodsan avvalgi II asrning birinchi yarmida bag‘ishlov sovg‘alari ibodatxonalarda va dunyoviy maqsadlardagi inshoatlarda ancha tartibsiz joylashtirilar edi, vaqt o‘tishi bilan ularni jozibador va samarali kursatishning qoidalari ishlab chiqilib, sinala boshlandi. Muvaqqat ko‘rgazmalar bu maqsadlarga xolisoia xizmat qildi, bayramlar vaqtida yoki kim oshdi savdolari arafasida Forum ular bilan bezatilardi. Miloddan avvalgi II asrning ikkinchi yarmida avval boshdanoq san’at asarlarini namoyish qilish uchun mo‘ljallab loyixalashtirilgan maxsus me’morchilik inshootlari paydo bo‘ldi. Eslatib o‘tilgan Metella Portiki (peshayvoni) bunga misol bo‘lib xizmat qiladi.

Oktaviya inshootlaridagi “maktab” yoki eksedra badiiy ekspozitsiyalarni tashkil etish uchun maxsus foydalanilgan deb taxmin qilinadi. Tor va ko‘pincha odamlar bilan

FOR AUTHOR USE ONLY

liq to‘la peshayvondan farqli ravishda u asarlarni tomosha qilishda o‘rtada muayyan masofa saklashga imkon berdi, zarur xollarda kartinalar va xaykallarni to‘siq bilan o‘rab olish imkoniyatini yaratdi. Mashxur rimlik me’mor Vitruviy (miloddan avvalgi I asr o‘rtalari) tomoshabii u yoki bu kartinani zarur masofada turib tomosha qilishi uchun eksedralar va rasmlar galereyalarini katta xajmda qurish kerak deb xisoblagan edi. Extimol, mashxur notix Gortenziy o‘zining Tuskulandagi villasida yakkayu-yagona kartina — Kidiyning “Argonavtlar” asarini namoyish qilish uchun maxsus shiypon qurganda shunga o‘xshash muloxazalarga asoslangan bo‘lsa ajab emas.

Rang-tasvir asarini namoyish qilishda uning yoritilish xarakteriga aloxida e’tibor qaratilgan. Vitruviy uzining “Arxitektura to‘g‘risida” nomli risolasida rasmlar galereyasi xam, rassomlarning ustaxonalari ham shimol tomonga qaratilgan bo‘lishi kerak, toki ular doimiy yoritilsin va kartinalardagi buyoqlar o‘z nafosatini yuqotmasin, deb yozgan edi. Rangtasvir asarlarini namoyish qilishning bevosita usullariga kelganda, masalan, Rimda juda yuksak qadrlangan qadimiy yunon dastgoxli kartinalarini odatda zarxallangan ramalarga joylab, ko‘chma tagliklarga urnatish maqbul deb xisoblangan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Haykaltaroshlik asarlari ko‘pincha bog‘lar va xiyobonlarda joylashtirilgan, shiyponlar, grotlar, suxbatgoxlar kabi ayrim binolar va ovloq joylar uchun syujeti va boshqa tavsiflari bilan mazkur inshootga mos keluvchi xaykallar va releflar ishlangan. Kolleksiya ashyolari kup xollarda dekorativlik qoidasi bo‘yicha joylashtirilgai emas, balki muayyan ma’no-mazmunga ega bo‘lib, bu Rim intellektual elitasining shaxar tashqarisidagi villalari uchun xos bo‘lgan. Ular yaratgan rangtasvir va haykaltaroshlik naqshlari arxitektura va landshaft dizayni bilan uzviy bog‘langan holda aniq badiiy obraz hosil qilgan. Masalan, Sitseron o‘ziga tegishli bog‘larni alohida o‘ziga xos rejalashtirish, arxitektura inshootlari va kolleksiya haykallari vositasida yunonlarning “falsafa bog‘i” timsolini yaratgan.Ma’lumki ko‘p falsafa maktablarining asoschilari – Platon, Arisotel, Epikur va boshqalar nutq so‘zlash, ma’ruzalar qilish va umuman falsafiy suhbatlar uchun shahar bog‘laridan (peripatlardan) keng foydalanganlar.

Ekspozitsiya qilish mahoratining oshishi bilan bir qatorda badiiy tanqidchilik ham rivojlandi. Notiqlar (ritorlar) maktablarida rasm yoki xaykalni savodxonlik bilan

tavsiflab bera olish maxorati zaruriy malaka, ko‘nikma hisoblanardi. Rim badiiy adabiyotida oddiy fukarolarning san’at asarlariniig yutuqlari va kamchiliklari haqida fikr yuritishlarini tasvirlovchi qator misollar mavjud.

“...g‘am-g‘ussamni biroz yengillashtirish va menga yetkazilgan noxaqlikni unutish uchun uydan chiqdim va turli yo‘nalishdagi ko‘plab ajoyib asarlari bilan shuxrat qozongan pinakogekaga bordim, — deb hikoya qiladi Petroniy Arbitrning “Satirikon” romani qaxramoni. — Men bu yerda Zevksidning asarlarini, Protogenning ilk tajribalarini ko‘rdim...”

Ibodatxonalardagi to‘plamlarni tomosha qilish odatda xizmatchi xamroxligida amalga oshirilgan, u ayni vaqtda gid yoki ekskursovod vazifasini bajargan. U ibodatxonada joylashgan ashyolar haqidagi zaruriy minimum ma’lumotga ega bo‘lgan, chunki ham Rimda, xam Yunonistonda jamoat binolari va ibodatxonalarga keltirilgan barcha asarlarning to‘la ruyxati yuritilgan. Tomoshabinlar, qoida tariqasida, belgilaigan yo‘nalish bo‘yicha olib o‘tilgan, ularga beriladigan axborot avvalo ashyoga bog‘liq afsonalarga, asarning muallifi va avvalgi egalariga tegishli bo‘lgan. Ashyolarniig “xizmat ruyxati”da shonli nomlar qancha ko‘p bo‘lsa, u tomoshabinlar ko‘z ungida shuncha ko‘p qimmatga ega bo‘lgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bu holat, shak-shubhasiz, gidlarning ijodiy fantaziyasinint o‘sishiga yordam bergan.

Xizmatchilar tomonidan beriladigan ma’lumot xolis sabablarga ko‘ra xamisha xam ishonchli bulavermagan. Rimga ko‘p haykallar bazasiz olib kelingan, keyin ularga shakl-shamoyil berilgan. Ibodatxonaga berilgan kupgina san’at asarlari uljaga olingan ashyolar bulgan, ularning muvakkat egalari bu asarlarning mualliflarini xam, ularda kim tasvirlanganligini xam bilmaganlar.

Shunday qilib, antik davrda xozirgi ma’nodagi muzey so‘zini bilishmagan. Bu davrda “muzey” tushunchasi xech qachon ashyolar to‘plamiga nisbatan ishlatilmagai. Dastavval, muzalarning sajdagoxini muzey deb atashgan, tarixiy rivojlanish mobaynida esa “muzey” so‘zi semantik o‘zgarishga uchragan: u nafakat sakral makonni, balki fan, adabiyot va ijodiy muloqot mashg‘ulotlari uchun joy ma’nosini xam anglatgan.

Antik davrda predmetlarni yig‘ishning bir-biridan fark qiluvchi ikki shakli xos hodisa hisoblanib, ular nafakat asos bo‘luvchi sabablariga ko‘ra, balki ularda ashyolarni saklash bo‘yicha xam farklanganlar. Birinchi shaklda ibodatxonalarga, pinakotekalarga, portiklarga va boshqa jamoat binolariga turli-tumai buyumlar asta-sekin jamlangan; ikkinchi shaklda esa xususiy kolleksiyalarga maqsadli ravishda buyumlar yig‘ilgan.

Keyinchalik kolleksiya yig‘ish bo‘yicha Yevropada paydo bo‘lgan ko‘p holatlar boshlang‘ich shaklda bo‘lsada antik dunyoda mavjud bulgan edi. Antik dunyoda ibodatxonalarda va boshqa jamoat binolarida saklanayotgan yig‘malarning xolati ustidan qattiq nazorat o‘rnatilib, uncha mukammal bo‘lmasada ashyolarni saqlash va ta’mirlash muammosini hal qilishga urinishlar bo‘lgandi, ularni keng ommaga ko‘rsatishning turli shakllari va qoidalari sinab ko‘rilgandi, ular rassomlar, ekspertlar, ritorlar tomonidan o‘rganilardi. Bu dalillarga asoslangan xolda ayrim tadqiqotchilar antik davr yig‘malarini ma’lum darajada shartli bo‘lsada, dastlabki muzeylar va kartina galereyalari deb hisoblashadi. Bunday qarashlarning xatoligi shu bilan bog‘liqki, antik kolleksiyalar faqat tashki belgilariga ko‘ra zamonaviy muzeylar bilan qiyoslanadi; bunda bu kolleksiyalarning to‘planishiga olib kelgan sabablar va ulardagi ashyolarning xarakatda bo‘lishining o‘ziga xosliklari e’tibordan chetda qoldiriladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Shunga qaramasdan, bu ashyolarning qayerda saqlanayotganligidan — ibodatxonadami, portikdami, pinakotekadami va boshqa jamoat binolaridami, bundan qat’i nazar, ular bag‘ishlov sovg‘alari edi va ular turmushning sakral (an’anaviy) soxasining ajralmas qismini tashkil etardi. Ular, avvalo, inson va boshqa ko‘rinmas olam o‘rtasidagi bog‘lovchi bo‘g‘in bo‘lib xizmat qilardi. Ularning ko‘pchiligi an’anaviy makonni hosil qilardi.

Ibodatxonalardagi ashyolar ekspozitsiyalari an’anaviy makonni hosil qilgan bo‘lsa, xususiy kolleksiyalarda ular xayotiy makonni bezatish uchun ishlatilardi. Sitseron, Kichik Pliniyning va boshqa xususiy kolleksionerlarning villalaridagi yunon “falsafa bog‘lari”ning stillashgan rekonstruksiyalarida ular muayyan ma’no tashigan xollarda, bu konseptual-tashkiliy makon muzey ekspozitsiyasidan farqli o‘larok, kundalik hayotdan chiqarib tashlangan emas edi.

3.2 Yevropada O‘rta asrlarda kolleksiya yig‘ish

Yevropada o‘rta asrlar deganda, juda katta davrni tushunish qabul qilingan, uning xronologik chegaralari tarqoqligi va aniqlanmaganligi uchun an’anaviy ravishda ilmiy bahslar predmeti bo‘lib hisoblanib kelinadi. Rim imperiyasining qulagan sanasi 476-yil o‘rta asrlarning quyi chegarasi sifatida shartli ravishda qabul qilingan, zamonaviy tarixnavislikda Yevropada Angliyada burjuaziya inqilobi yuz bergan XVII asr uning yuqori chegarasi sifatida qayd etiladi. Xorijiy tarixchilar XVI-XVII asrlardagi davrni qoida tariqasida yangi davrga mansub deb hisoblashadi.

Shuni nazarda tutish kerakki, tarixni bunday umumiy davrlarga bo‘lish faqat Yevropa jamiyati rivojining asosiy tendensiyalarini o‘zida aks ettiradi. Xalqlarning madaniyati va milliy o‘ziga xosligi unga o‘z o‘zgartirishlarini kiritadi. shu sababli, o‘rta asrlar Yevropa tarixiga xronologik jihatdan ikkita bir-biridan tubdan farq qiluvchi madaniy davrlar kiradi. G‘arbiy Yevropada XV asrdan XVII asr boshlarigacha bo‘lgan davrni tadqiqotchilar madaniy taraqqiyotning mustaqil davri sifatida ajratadilar va uni “Uyg‘onish davri” yoki “Renessans” deb ataydilar, sharqiy Yevropada esa o‘rta asrlar madaniyati o‘zining hukmronlik mavqeini saqlab qolgan edi.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘rta asr madaniyatining chuqur diniy mazmunga egaligi uning bosh xususiyati hisoblanadi. U Yevropadagi barcha mamlakatlar va xalqlar uchun umumiy bo‘lgan nasroniylik dunyoqarashi ta’siri ostida rivojlandi, unda yagona axloqiy normalar, qadriyatlar va hatti-harakat namunalari shakllandi. Axloq ilohiy ahdga asoslangan va hech qanday asoslashni talab qilmaydigan aniq-ravshan narsa sifatida qabul qilinardi. Ilm-fan teologiya (ilohiyotshunoslik) shaklidagina mavjud bo‘lib, “Injil” eng asosli va ishonchli ilmiy va falsafiy dalil hisoblanardi. Tabiatshunoslikda umumiy mulohaza yuritish hukmron edi: u davrda kuzatishga va tajribaga amalda e’tibor qaratilmasdi. o‘rta asrlar san’ati to‘laligicha diniy-cherkov ehtiyojlariga qaratilgandi, o‘sha davr me’morchiligini va haykaltaroshligini ko‘pincha bejizga “Toshdagi Injil” deb atashmagan. Rang–tasvir ham asosan Injil sujetlari va mavzularini aks ettirardi, unga savodsizlar uchun o‘qish kitobi sifatida munosabatda bo‘linardi. o‘rta asrlar teatri diniy protsessiyalar va misteriyalarni taqdim qilardi, bu davrda avliyolarning hayoti haqidagi hikoyatlar badiiy asarning eng ommabop janri edi.

O‘rta asrlarda antik davrning donishmandlik va go‘zallik ideallari vayron bo‘ldi, ayni vaqtda cherkov otalari va ilohiyotchilar doimo inson tafakkuri dunyo tuzilishining ilohiy sirini bila olmasligini ta’kidlashardi. Cherkov antik davrga xos tanaga sig‘inishni butunlay rad qildi; uning o‘rniga zohidlikka sig‘inishni, asketizmni ilgari surdi, u tana haqida emas, balki qalb haqida g‘amxo‘rlik qilishni talab qildi.

Bu madaniyatda badiiy asarlarning antik to‘plamlariga va tarixiy noyob asarlarga o‘rin yo‘q edi. Go‘zallikka va mukammallikka sajda qiluvchi hayotsevar va hissiyotli antik san’at rad qilindi. U hatto o‘tgan davr yodgorligi sifatida ham qiziqish uyg‘otmadi, chunki o‘rta asrlar kishisi uchun tarix nasroniylikning kirib kelishidan boshlangan edi. Qadimiy sig‘inish kitoblarida bayon qilingan voqealargina o‘tmish tarix hisoblanardi. Ashyo, agar u nasroniylik aqidasini tasdiqlasagina, nasroniylik tarixidagi shaxslar va voqealar bilan bog‘liq bo‘lsagina yodgorlik hisoblangan.

Ilk o‘rta asrlarning alg‘ov-dalg‘ovli davri antik dunyo badiiy to‘plamlarini to‘zitib yubordi. Yunonlar va rimliklarning ayrim ijod namunalari, haykaltaroshlik asarlari “iblisning uyasi” deb hisoblovchi diniy fanatiklar qo‘lida halok bo‘ldi, ayrim asarlar esa sof amaliy mulohazalarning qurboniga aylandi. Bronza haykallarni eritib, undan tanga quyishdi, marmarni maydalab, kuydirib ohakka, qurilish materiallariga aylantirishdi. o‘rta asr kishisi san’at bilan asosan ibodatxonada duchlashardi. Davrga xos bo‘lgan savodsizlik shunga yordam berdiki, qavmdoshlarning ko‘pchiligi cherkov urf-odatlarining tashqi tomoninigina qabul qilardi. shu sababli ibodatxonaning moddiy to‘kinligi ko‘pincha diniy marosimlar buyumlari va interyerning sifatli bajarilganligiga bog‘liq bo‘lardi. Insonni o‘sha paytda yorqin va yaltiroq narsalar o‘ziga tortardi. Chunki ular Xudo va ilohiy poklanishning ramzi bo‘lmish nur sifatida qabul qilinardi. shu sababli diniy buyumlarni oltin, kumush, qimmatbaho toshlar, perlamutra, javohir kabi qimmat va kamyob materiallardan tayyorlashga harakat qilishardi. Diniy marosimlarni amalga oshirishda ishlatiladigan turli idishlarni qoida tariqasida qimmatbaho metallardan tayyorlab qimmatli toshlar bilan bezatishardi, qo‘lyozmalar, ayniqsa, Injil qo‘lyozmalari uchun oltin va kumushdan g‘iloflar (qoplamalar) tayyorlashardi. Diniy marosim liboslarini, ko‘pincha, islom mamlakatlaridan yoki Vizantiyadan keltirilgan parcha, duxoba, shoyi kabi qimmatli gazlamalardan tikishardi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mohir ustalar tomonidan bajarilgan ushbu barcha ishlar amaliy-bezak san'atining oliy namunalari hisoblanib, katta moddiy hamda badiiy qiymatga ega edi. shu sababli ularni saqlash uchun kuchaytirilgan xavfsizlik choralari talab qilinardi[20].

Cherkovlardagi xazinalar oddiy yopiq shkaflarda saqlanishi mumkin edi, ammo ko'pincha ular maxsus xonada saqlanardi. Mehrob yonidagi alohida xona yoki ibodatxonaga tutash boshqa bino, rohibxonalarda esa alohida bino ana shunday joy hisoblanardi. Bu binolarning cherkov-slavyancha nomi riznitsa ***(rizaxona***) deb atalardi (riza – cherkov xizmatchilari diniy marosim paytida kiyadigan libos).

G'arbiy Yevropada cherkovlarda xazinalar borligi haqidagi ilk ma'lumotlar VII asrga borib taqaladi, ammo franklar qiroli, keyin imperator bo'lgan Buyuk karlning (768–814-yillar) taxtga chiqishi bilan ularning qurilishi haqiqiy avj oldi. U Yevropa xalqlarini zabt eta turib, ular o'rtasida nasroniylikni joriy qildi, bu bilan yangi cherkovlar va rohibxonalar paydo bo'lishiga turtki berdi.

Ahli qavmning badallari va hadyalari ibodatxonalardagi xazinalarni to'ldirishning muhim manbalaridan biri bo'lib xizmat qildi. Buyuk karlning o'zi ham sahovatpeshalikda nom chiqardi, u o'limidan uch oy avval o'z boyliklarining uchdan birini merosxo'rlariga qoldirdi, qolgan boyliklarini esa qirollikdagi 24 abbatlik o'rtasida taqsimladi. Avarlar va arablar bilan bo'lgan janglar vaqtida tortib olingan harbiy o'ljalar ham nasroniylarning xazinalarini to'ldirdi, XI-XIII asrlarda "g'ayridinlar" qo'lidan "Xudoning tobutini tortib olish" maqsadida sharqqa qilingan salb yurishlari eski xazinalarni to'ldirishning va yangi xazinalar paydo qilishning muhim manbaiga aylandi.

To'rtinchi salib yurishi aytilgan fikrga ajoyib misol bo'lib xizmat qilishi mumkin. Tashqi sabablarga ko'ra u o'zining Misrga qarshi yo'nalishini o'zgartirdi va 1204-yilda pravoslavlarning Konstantinopol shahrini bosib oldi, janglar shaharni vayron qilish va uning boyliklarini talash bilan yakunlandi, madaniyat, san'at yodgorliklariga ham, cherkovlardagi muqaddas ashyolarga ham shafqat qilinmadi. Bunda venetsiyaliklar tomonidan olingan harbiy o'lja Venetsiyadagi mashhur san Marko ibodatxonasi xazinasini yaratishga asos bo'ldi. salbchilar talonchilik bilan olingan boyliklarning o'zlariga tegishli qismini garov tariqasida qarz olish uchun

FOR AUTHOR USE ONLY

fransuz qiroli muqaddas Lyudovik IXda berdilar. Qirol esa qarzni qaytarishni talab qilmasdan, qimmatbaho boyliklarni Parijda maxsus tiklangan sen-shapel ibodatxonasiga joylashtirdi.

Ibodatxonalardagi boyliklar tarkibiga diniy marosim xizmatlarida ishlatiladigan buyumlardan tashqari Bibi Maryam, havoriylar, din yo‘lidagi jafokashlar va nasroniylar olamida ehtirom qilinadigan boshqa shaxslar nomi bilan bog‘liq yodgorliklar kirardi. Ruhoniylarning liboslari va

Ishlatgan buyumlari, ularning hoki o‘ralgan matolar, agar ular jafo tortib halok bo‘lgan bo‘lsa, azoblash va qatl qurollari shular jumlasidandir. Maxsus kumush yoki qo‘rg‘oshin idishlarda dafn lampalari moyi saqlanardi. Injil sujetlari tasviri tushirilgan past bo‘yli keng qutilarda Falastin zaminining muqaddas tuprog‘i asralardi. Ba’zan u yoki bu yodgorliklar bir necha nusxada mavjud bo‘lardi, ularning egalari esa o‘zidagi raritetning haqiqiyligini tasdiqlashardi. Masalan, Yevropada kamida 29 ta cherkov va rohibxona aynan o‘zida Isoning qo‘l va oyog‘ini xochga qoqishda ishlatilgan mixlar saqlanishini tasdiqlashardi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Buyuk Karl imperiyasi tarkibidagi rohibxonalardan birida saqlangan nasroniylik yodgorliklarining namunaviy tarkibi quyidagicha bo‘lgan: “Rabbimizning belbog‘i, Uning libosi, Uning poyabzali, Uning oxuri, U iordan daryosidan suv olib ichgan idish, Iisus 5 ming kishini beshta non bilan to‘ydirganda o‘tirgan tosh, U tug‘ilganda nur sochgan chiroq, Favor tog‘idan keltirilgan yodgorliklar, Bibi Maryamning ... sochi, Uning libosi va palliy, havoriy Pyotrning soqolidan olingan tuk, uning poyabzali va ko‘ylagi, uning stoli, avliyo Pavelning stuli, uning libosi...” va hokazo.

Cherkov tomonidan jafokashlar va avliyolar sirasiga kiritilgan kishilarning xoklari, ayniqsa alohida e’zozlangan. Ularga egalik qilish uchun haqiqiy ko‘rash borgan: ularni sotib olishgan, o‘g‘rilashgan, qismlarga bo‘lishgan. Muqaddas xoklar maxsus idishlarga – relikvariylarga solib qo‘yilgan, ularni qimmatbaho metallardan, fil suyagidan, yog‘ochdan ishlab, qimmatbaho toshlar, naqshlar bilan bezak berilgan. Relikvariylar ikki tomli uy yoki gotik uslubdagi ibodatxona shaklida ishlangan, ba’zan esa xoch, silindrik idishlar va boshqa diniy ashyolar ko‘rinishida ham bo‘lgan. Agar

asralayotgan noyob yodgorlik-ashyo muqaddas kishi tanasining qismi bo‘lsa, bunda relikvariy qo‘l, oyoq, bosh, barmoq shaklida, ya’ni saqlanishi mo‘ljallanayotgan narsa shaklida tayyorlangan.

G‘arbiy Yevropa cherkovlaridagi to‘plamlarda antik davr ustalarining ijodiga mansub badiiy hunarmandchilik buyumlari sidqidildan asralgan, o‘rta asr ustalari ularning nusxalarini tayyorlashga layoqatli emas edi. o‘rta asrlarda ularga nisbatan haqiqiy qiziqish mavjud edi, shu sababli ular bizgacha yetib kelgan.

Ibodatxonalardagi to‘plamlarda g‘ayrioddiy ma’danlar, fil tishlari, palma shoxlari, tuyaqush tuxumlari va dunyo tabiatining boshqa namunalari uchrardi. Ularni Muqaddas Yerdan “esdalik” sifatida asosan ziyoratchilar olib kelishgandi. Cherkovlar va rohibxonalar tarixiy arboblarga tegishli bo‘lgan xotira ashyolarini ham asrardi. Masalan, ma’lumki, Kiyevdagi Muqaddas Sofiya ibodatxonasida, u 1202-yilda qipchoqlar tomonidan talangunga qadar, birinchi knyazlarning liboslari saqlanardi. Pskov yaqinidagi Pechora rohibxonasidagi rizaxona rus shohlari Ivan IV va Boris Godunovlar shaxsan kundalik ishlatgan xotira ashyolaridan iborat to‘plam bilan ajralib turardi. Reyms shahridagi kafedral sobor tarixiy yodgorliklarning katta xazinasiga ega edi, bu yerda fransuz qirollarining toj regaliyalari saqlanardi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Cherkovlardagi xazinalarga ko‘pincha daydib yuruvchi xudojo‘ylar tashrif buyurardi. Chunki ziyoratga borib turish o‘rta asrlar madaniyatiga xos xususiyat edi. G‘arb cherkovi mahalliy va xorijiy ziyoratgohlarga “qalbni tuzatish uchun” borib turishni shart qilib qo‘ygandi, XIII asrdan esa G‘arbiy Yevropadagi dunyoviy sudlar ham jinoyatchilarni kafforat sifatida ziyoratga borishga hukm qila boshladi. Yuqori martabali shaxslar uchun imtiyozlar berishga yo‘l qo‘yilardi: ular o‘z o‘rinlariga xizmatchini yoki yollangan shaxsni yuborishlari mumkin edi.

Sharqiy Yevropada, jumladan, qadimgi Rusda ziyoratga borish odati nasroniylik qabul qilingan birinchi asrlardayoq urfga kirgan edi. Rus xudojo‘ylari nafaqat o‘z Vatanlaridagi “muqaddas joylarga” tashrif buyurishardi, balki Falastinga, Afonga, Mo‘jizakor avliyo nikolayning qoq murdasi saqlanayotgan Italiyaning Bari shahriga ziyoratga borishardi.

Tantanali ibodat kunlarida alohida e’tiborga molik tabarruk ashyolar sajda

qilish uchun namoyishga qo‘yilardi, xazinalardagi qimmatli diniy buyumlar ibodat marosimida ishlatilardi. san’at ahli qavm-ning ongi va tuyg‘ulariga katta ta’sir ko‘rsatardi. Ular yaratgan tasviriy timsoldan cherkov, shak-shubhasiz, badiiy ta’bni emas, balki nasroniylik diyonatini tarbiyalash vositasi sifatida foydalanardi.

Tasviriy san’at va haykaltaroshlik asarlarining mafko‘raviy va didaktik funksiyasi uzoq vaqt ularning estetik qiymatidan ustunlik qildi. shunga qaramasdan, ibodatxonalar baribir xudojo‘y odamlarda estetik tuyg‘uning rivojlanishiga yordam berdi. Chunki diniy idishlar va interyerni bezatib turuvchi san’at asarlari, shak-shubhasiz, davrning badiiy qarashlarini ifodalar edi.

Ibodatxonaning go‘zalligi va ichki pardozning uyg‘unligini qalbdan o‘tkazgan kishi ayni vaqtda “dunyoning tuzilishini” anglardi, chunki o‘rta asrlar ibodatxonalarining arxitekturasi va tasviriy shakllari “savodsizlar uchun o‘ziga xos bibliya” edi.

Gap shundaki, ramzlar bilan fikrlash o‘rta asrlar mentalligining o‘ziga xos qirralaridan biri edi. G‘arb nasroniylik cherkovining otalaridan biri Avgustin Blajenniy (354-430) dunyo belgi–ramzlardan va narsalardan iborat deb ta’lim bergan edi. “narsalar” – bu insonni o‘rab turuvchi moddiy predmetlardir, ammo ular ayni vaqtda boshqa g‘ayritabiiy va muqaddas narsalarni aks ettiruvchi belgilar hisoblanadi. O‘rta asrlardagi tushunchalarga ko‘ra, fikrlash – bu narsalarning pinhoniy sirini topish demakdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ramziy fikrlash falsafani, teologiyani, tarixiy voqealarni bayon qilishni va umuman, kelajak haqida fikrlashni ajratib turadi. Simvolika diniy va dunyoviy marosimlarga singib ketdi. Tabiat va san’atda, ayniqsa arxitekturada ramzlarning katta makoni ko‘rindi. Rang, yo‘l, shakl oliy ruhiy kategoriyalarni anglatar va badiiy timsollarning murakkab simvolikasini tashkil qilardi.

Ibodatxonaning har bir me’moriy detali chuqur ramziy ma’noga yo‘g‘rilgan edi. U olamning tuzilishi haqida, samoviy tartib haqida tasavvur uyg‘otishi kerak edi. soborning o‘zi koinot, “Tangrining uyi”, gumbazlari esa osmon qubbasi, peshtoqi “samo darvozasi” sifatida qabul qilinardi.

Ibodatxonada nasroniylik bilimlarining barcha tizimi mujassamlashgandi,

undagi haykaltaroshlik va rang–tasvir shukuhi inson o‘z kundalik hayotida amal qilishi kerak bo‘lgan qarashlar va tushunchalarni o‘ziga qamrab olgandi. shu bilan birga, ayrim haykallar, ikonalar, kartinalar ularni o‘rab turgan muhit-makon bilan bog‘liq bo‘lib, ularni alohida holda tasavvur qilib bo‘lmasdi, aks holda ular chuqur ramziy ma’noni yo‘qotib qo‘yardi.

Muayyan konsepsiya asosida yaratilgan, ma’lum kodlashtirilgan axborotni tashuvchi hamda inson ongi va tuyg‘ulariga ta’sir ko‘rsatuvchi bunday ibodatxonadagi makoniy-predmetli muhitni ayrim tadqiqotchilar muzey ekspozitsiyasining ilk ko‘rinishi (“praformasi”) deb hisoblashadi.

Mavzu yuzasidan avol va topshiriqlar:

1. Qaysi Rim imperatori Kapitoliy tog‘ida birinchi ommaviy muzeyni ochgan?

2.Rim forumlarida namoyish etilgan asirlarning roli va ma’nosini izohlang.

3.O‘rta asrlarda geraldik kolleksiyalarning ahamiyati nimada edi?

4.Monastir kutubxonalarining madaniy merosni saqlashdagi o‘rni qanday edi?

5. Yevropada eng mashhur kolleksiyalar qaysi turlarga kiradi?

FOR AUTHOR USE ONLY

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘rta asrlardan XIX asr oxirigacha bo‘lgan qadimiy buyumlarni to‘plash: In materiallari(tahrirchi Agata Kubala)

2 The Early History of Museums in Europe

3. Istoriya muzeynogo dela v mire: Do kontsa XVIII v.

4. Юренева Т.Ю. Музееведение. – М.: Академпроект, 2003.

4-MAVZU: DUNYOVIY XAZINALAR VA XUSUSIY KOLLEKSIYA YIG‘ISH

Reja:

1.Qadimgi davrlardagi xazinalar (Misr, Yunon, Rim)

2. Uyg‘onish davri kabinet va galereyalari

3. Renessans davrida ekospozitsiyalar va terminalogiya muammosi

4.1 Qadimgi davrlardagi xazinalar (Misr, Yunon, Rim)

Qadimgi dunyo tamaddunlari – Misr, Yunoniston va Rim imperiyalari – insoniyat tarixida bebaho moddiy va ma’naviy meros qoldirgan. Ushbu sivilizatsiyalar rivoji davomida yaratilgan va to‘plangan xazinalar nafaqat moddiy boylik, balki diniy qarashlar, badiiy did, siyosiy qudrat va jamiyat tafakkurining yuksak darajasini aks ettiradi. Qadimgi davr sivilizatsiyalari — Misr, Mesopotamiya, Hind, Xitoy, Yunoniston va Rim kabi davlatlar insoniyat tarixida bebaho moddiy madaniyat yodgorliklarini yaratgan. Uch xalqlarning ijtimoiy hayoti, diniy qarashlari, iqtisodiy rivoji va siyosiy tuzumlati o‘ziga xos xazinalarni vujudga keltirgan. Qadimgi xazinalar deganda faqat oltin yoki kumush buyumlar emas, balki san’at asarlari, diniy marosimlari buyumlari, qo‘lyozmalar, saroy bezaklari, qabr jihozlari, urush o‘ljalari va davlat boyliklari tushuniladi. Ular jamiyatning jahondan, hayotdan, hokimiyatdan va ilohiy birlashganlardan o‘lgan tasavvurini mujassam sifatida namoyon etadi. Qadimgi dunyoda xazinalarning paydo bo‘lishi avvalo odamlarning boylikni jamlashga intilishi, hukmdorlarning qudratini namoyish qilish, marosimlar o‘tkazish va diniy e’tiqod bilan bog‘liq bo‘lgan. Xazina tuzilishisi ibtidoiy jamiyatda marosimga oid buyumlar sifatida shakllangan bo‘lsa, qurilish sivilizatsiyalarda yirik boylik jamg‘armalari, saroy va ibodatxona fondlariga aylangan. Qadimgi odamlar uchun xazina yig‘ish nafaqat iqtisodiy ehtiyoj, balking ruhiy ehtiyoj ham edi. Eng qadimgi xazinalar miloddan avvalgi 4-ming yillikka borib taqaladi. Bu davrlarda odamlar qimmatbaho narsalarni:

FOR AUTHOR USE ONLY

- Ma’badlarda tangrilarga qurbonlik qilish uchun
- O‘liklar bilan birga dafn qilish uchun
- Favqulodda vaziyatlar uchun zaxira sifatida
- Hokimlik qudratini namoyish etish uchun yig‘ar edilar

Qadimgi Misrning xazinalari diniy e’tiqodlar bilan cambarchas bog‘liq bo‘lib, fir’avnlar qabrlari eng boy xazina manbai bo‘lgan. Piramidalar, daryolar bo‘yidagi mastabalar va “Shohlar vodiysi”dagi qabrlar ichida marhumning narigi dunyo hayoti uchun zarur deb hisoblangan buyumlar qo‘yilgan. Oltin niqoblar, qurol qurollari, zargarlik buyumlari, haykalchalar, diniy matnlar — bularning bari xazina ta’sirining yordam qismi edi. Tutanhamonning qabridan topilgan buyumlar Misr san’ati va garligining eng yuksak namunalarini ko‘rsatadi. Misrliklar xazinalarni yashirishda murakkab tuzoqli yo‘llardan davolash, shunday uchun qabrlar ming yillar davomida buzilmagan holda saqlangan. Tutanhamon qabri 1922-yilda topilganda, butun dunyo hayratga tushdi. Bu xazinada:

FOR AUTHOR USE ONLY

- 110 kg sof oltindan yasalgan sarkofag
- 143 ta oltin bezaklar
- Qimmatbaho toshlar bilan bezatilgan taxt
- Hayratlanarli darajada saqlanib qolgan artefaktlar topildi

Misrliklar xazinalarni nafaqat dafn marosimlari uchun, balki o‘liklar oxirat hayotida foydalansin deb ham yig‘ishgan. ‘O‘liklar kitobi’da aytilishicha, har bir inson o‘z xazinasi bilan dafn qilinishi kerak.

Qadimgi Yunoniston xazinalari esa estetik go‘zallik va ilohiy nazr bilan bog‘liq bo‘lgan. Yunon shahar-davlat xazinalar xonalari va muqaddaslarida saqlanadi. Delfi ibodatxonasidagi turli shahar-davlatlar qurdirgan trezoryalar bunga misol bo‘ladi. Yunonlar uchun eng katta xazina — san’at asarlari edi. Fidiy, Miron, Poliklet kabi haykaltaroshlarning marmar va bronza haykallari, Afina Akropolidagi Parfenon bezaklari, zargarlik san’ati va keramika buyumlari zamonaviy yunon madaniyatining yuqori darajada bo‘lganini ko‘rsatadi. Yuklab olingan boyliklarni ham xazina qilib

saqlagan. Masalan, Afina dengiz ittifoqining mablag‘lari Akropolning xavfsizligi xazinaxonasida to‘plangan.

Qadimgi Rim xazinalari ko‘lamiga ko‘ra dunyoda eng yuklaridan biri bo‘lgan. Rimliklar xazinalarni davlat xazinasi va imperatorning shaxsiy xazinasi sifatida ikki qismga bo‘lgan. Urushlarda qo‘llariga yordam o‘ljalar, soliq yig‘imlari, olingan olingandan olib kelingan buyumlar Rim bo‘ylak bo‘ylab olingan. Rim san’ati, haykallari, mozaikalari, oltin-kumush olib kelingan quroli, harbiy yutuqlardan o‘lja buyumlari imperiya saroylarining bezagiga aylangan. Ko‘plab xazinalar imperator saroylari va forumlarda saqlangan, ba’zilari esa yig‘ilgan idishlarda saqlanadi. Rim xazinalari milliy boylik, balki imperiyaning qudratini ifodalovchi ramz sifatida qaralgan.

Mesopotamiya davlatlarida — Shumer, Akkad, Bobil va Ossuriya sivilizatsiyalarida xazinalar asosan ma’bad va saroylarda jamlangan. Shumer zargarligi jahon tarixidagi eng qadimgi sanaladi. Ur podsholarining qabrlari ichidan topilgan oltin bosh kiyimlar, kumushdan tayyorlangan marosim buyumlari, tosh o‘ymakorligidagi haykalchalar qadimgi Sharq san’ati taraqqiyotini namoyon qiladi. Bobil va Ossuriya saroylarida esa oltin idishlar, bronza haykallar, qurol-aslahalar va devoriy rasmlar xazina sifatida qadrlangan. Insoniyat tarixida boyliklarni to‘plash, nodir buyumlarni saqlash va avlodlarga yetkazish jarayoni qadimiy madaniyatning muhim qismlaridan biri sifatida shakllangan. Har bir davr va har bir sivilizatsiya o‘ziga xos moddiy meros yaratgan bo‘lib, bu merosning muhim bo‘laklari orasida dunyoviy xazinalar hamda xususiy kolleksiyalar alohida o‘rin tutadi. Bu ikki tushuncha mazmunan bir-biriga yaqin bo‘lsa-da, tarixiy jarayoni, shakllanish sabablari va saqlanish muhitiga ko‘ra farqlanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Dunyoviy xazina, avvalo, jamiyatning ijtimoiy-siyosiy hayoti, davlatning qudrati va hukmdorlarning obro‘sini ifodalovchi moddiy boyliklar majmuidir. U xazinadan farqli shunday ibodat yoki marosimlar uchun emas, balki siyosiy hokimiyat, iqtisodiy ustunlik, davlat boyligini diniy va hukmdorlar shon-shuhratini ta’ mukofot

sifatida to‘plangan. Dunyoviy xazinaga sovg‘alar sovg‘a buyumlari oltin va kumush buyumlar, qimmatbaho toshlardan yasalgan, saroyda moddiy hashamatli buyumlar, sanoat’alar, harbiy o‘ljalar, tangalar, antik artefaktlar, davlat tomonidan yaratilgan qadr san’at kirgan.

Qadimgi Sharq davlatlarida – Misr, Mesopotamiya, Bobil, Ossuriya, Hind va Xitoyda – dunyoviy xazinalar fir’avnlar, shohlar yoki imperatorlar saroylarida saqlangan. Ular hukmdorning kuch-qudrati, davlatning iqtisodiy iqtisodiyoti hamda mamlakat ichki siyosatida markazlashuvning muhim ramzi sifatida qaralgan. Masalan, Misr’avn saroylarining himoyalangan oltin buyumlar va buyumlari davlatning kiyim-kechaklarini aks ettirgan bo‘lsa, Ossuriya podsho harbiy o‘ljalari davlatning harbiy ustunligini ko‘rsatgan. Antik davrda yunon va rim hukmdorlari uchun ham xazinani to‘plash siyosiy mavqeni sifatli vosita bo‘lgan.

Dunyoviy xazinaga bo‘lgan o‘rta asrlarda ham davom etgan. Yevropa qirolliklari, saltanatlar, knyazliklar va xonliklarda xazinachilik an’analarining tashqi davlat boshqaruvining ajralmas qismiga aylangan. Xazinada saqlangan boyliklar davlatning iqtisodiy mustahkamligi va harbiy kuchini ta’minlovchi asos bo‘lgan. Ko‘plab davlatlarda xazina boshqaruvini alohida amaldorlar olib borgan ular davlatning boshqaruvini muhim rol o‘ynagan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xususiy kolleksiyasi asosiy shaxsiy yoki estetik did, ilmiy izlanish boylikni jamlash mahsulotni ishlab chiqarish shakli nodir buyumlar to‘plamidir. Xususiy kolleksiya davlatga emas, balki alohida shaxs yoki oilaga tegishli bo‘ladi. Tarixiy manbalarda ilk xususiy kolleksiyalar qadimgi Yunoniston va Rimda paydo bo‘lganini ko‘ramiz. Aristokratlar, faylasuflar, san’at ixlosmandlari o‘z uylarida san’at asarlari, tangalar, haykallar, sopol buyumlar, qo‘lyozmalar va boshqa nojo‘ya predmetlarni jamlab ketadi. Rim aristokratiyasida kolleksionerlik darajasida maxsus taraqqiy etib, boylar o‘z saroyi maxsus galereyalar tashkil qilishgan. O‘rta asrlarga kelib xususiy kolleksiyalar asosan monarxlar, knyazlar va saroy amaldorlariga xos bo‘lgan. Ular ko‘pincha diplomatik sovg‘alar, san’at asarlari, nodir qurol-aslahalar, zargarlik

buyumlari va qo‘lyozmalarni to‘plab, saroylarning maxsus xonalarida saqlaganlar. Uyg‘onish davriga kelib kollektsionerlik ilmiy mazmun kasb etib, ko‘plab boylar o‘z kolleksiyalarini tartib bilan yig‘ish, Evropada tasniflash va kataloglashtirishga e’tibor bera olish. Bu jarayon yaratilgan ko‘plab mashhur muzeylarning poydevori qo‘yilgan. Masalan, Luvr, Britaniyaning muzeyi, Prado kabir muzeylari xususiy yoki saroy kolleksiyasi ommaga asosli shakllangan. Xususiy kolleksiya milliy boylik, balki shaxsiy ilmiy saviyasi, estetik qarashlari va madaniy materiallar ham ko‘rinishi. Kolleksiya egalari ba’zan o‘zlarining shaxsiy buyumlari asosidagi ma’lum tikilgan buyumlarni – tangalarni, qo‘lyozmalarni, haykallarni, etnografik buyumlarni yoki arxeologik topilmalarni yig‘ishga ixtisoslashgan. Ko‘plab zamonaviy xususiy kolleksiyalar bugungi kunda kunda muzeylar, auksionlar va ilmiy markazlar tomonidan yuqori baholanmoqda.

Dunyoviy xazina va xususiy kolleksiya o‘ziga xos farq shakllanish maqsadi, egasi va jamiyatdagi o‘rni bilan. Dunyoviy xazina davlat kuchining ramzi bo‘lsa, xususiy kolleksiya shaxsiy zavq va ilmiy tadqiqot mahsulidir. Ammo ikkalasi ham tarix, madaniyat va san’atning rivojida muhim ahamiyat kasb etadi. Davlat tomonidan to‘plangan qimmatbaho kolleksiyalar o‘sha davlatning qudratini va tarixiy obro‘sini ifodalovchi ramzlar sifatida qadrlanadi. Shaxsiy kolleksiyalar esa esa ular egasining badiiy didi, dunyoqarashi va ilmiy qiziqishlarining namunasidir. Bugungi kunda bu merosning katta qismi muzeylar orqali keng jamoatchilikka namoyish etilib, madaniyatning ajralmas boyligiga aylangan.

FOR AUTHOR USE ONLY

4.2 Uyg‘onish davri kabinet va galereyalari

O‘rta asrlarda dunyoviy hokimiyat ham qimmatbaho bezaklar, qurol-aslahalar, qimmatli jihozlar va hujjatlarni asrash uchun maxsus binolarni barpo etishga kirishdi. Qator G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida qimmatbaho ashyolarning bunday muhofizxonalari “garderob” deb atala boshladi, chunki o‘rta asrlarda bu termin nafaqat “kiyim saqlanadigan joy” ma’nosida, balki juda keng ma’noda ishlatilardi, “roba” so‘zi barcha mulkka nisbatan qollanilardi.

Ilk o‘rta asrlardagi eng mashhur xazinalardan biri Buyuk Karlga tegishli edi. U

katta davlatning yangi poytaxtiga aylangan hozirgi Germaniyaning Axen shaharchasidagi go‘zal ikki qavatli imoratdan iborat mashhur Axen kapellasida joylashgandi. Antik gemmalar, qimmatbaho kitob muqovalari, ipak va parchadan tikilgan liboslar, taroqlar hamda arabistonlik va vizantiyalik ustalar fil suyagidan yasagan boshqa osori atiqalar, shuningdek, yevropalik hunarmandlar qimmatli metallardan yaratgan, naqshdor va emallangan amaliy bezak san’ati asarlari, nasroniylik yodgorliklari – bularning hammasi imperator xazinasidan joy olgan edi.

Rivojlangan o‘rta asrlarda dunyoviy xazinalar o‘zining jozibadorligi va boyligi bilan ajralib turardi. Fransuz qiroli karl V (1364–1380-yillar) xazinasi tarkibiga katta miqdordagi zargarlik buyumlari, tojlar va tilla servizlardan tashqari, quyidagi diniy ashyolar ham kirardi: oltin va kumush xochlar, Bibi Maryam va avliyolarning tilla haykalchalari, qimmatbaho toshlar bilan bezatilgan relikvariylar, ruhoniylarning qimmatbaho kiyim-kechaklari va liturgiya idishlari...

Xorijiy elchixonalar vakillarining ma’lumotlariga ko‘ra, Rus podshohlarining Moskvadagi xazinasiga teng keladigan xazina XVI asrda Yevropada yo‘q edi. Bu haqida 1599-yilda forsiyalik Don Xuan shunday eslaydi: “sakkiz kun mobaynida bizga shaharning diqqatga sazovor joylari, ayniqsa, xazina ko‘rsatildi, xazina eshigi oldida ikkita sher tasviri turardi: bittasi, menimcha, kumushdan, boshqasi esa oltindan ishlangandi. Xazinada joylashgan boylikni tasavvur qilish ham, tavsiflash ham shunchalar qiyinki, shu sababli ular haqida so‘z ochmayman. Shoh liboslarining muhofizxonasi teng darajada mislsiz boylikni ifoda qilardi. Aslahaxona ham shunchalar buyuk va boy ta’minlangandiki, undagi narsalar bilan 20 ming chavandozni qurollantirish mumkin edi”.

Xazina shakllanishining boshlanishini tadqiqotchilar XIII asrga borib taqashadi, bu paytda Moskva mustaqil markaziy knyazlikning markaziga aylangandi. Undagi narsalar qaram hududlarga soliq solish, o‘zaro urushlar vaqtidagi an’anaviy feodal talonchiliklari, o‘rdaga to‘lanadigan to‘lovlarni kamaytirib ko‘rsatish evaziga hosil bo‘lgandi. Unda Moskvaning yuksalish uchun olib borgan ko‘rashlari bilan bog‘liq barcha voqealar ashyoviy aks topgandi. Chunki qo‘shib olingan yerlarga va knyazliklarga tegishli barcha qimmatli narsalar Moskvaga tashib keltirilar edi. kreml

FOR AUTHOR USE ONLY

ustaxonalaridagi mohir ustalar hukmdorlar xazinasi uchun ko‘plab chiroyli va yuksak didli buyumlarni tayyorlab berishgandi. Ustalar ham chaqirilgan yoki Rus yerining chekka o‘lkalaridan majburan keltirilgan bo‘lardi. XIX asrning ikkinchi yarmida sharq va G‘arb o‘rtasidagi savdo aloqalarining rivojlanishi tufayli, Moskva hukmdorlarining xazinasiga ko‘chib yuruvchi savdogarlardan sotib olingan qimmatli ashyolar va matolar kela boshladi. XVI asrdan xorijiy mamlakatlar bilan diplomatik aloqalarning kengayishi bilan bu xazinaning to‘lishiga elchilarning sovg‘alari katta ulush qo‘shdi. sovg‘alar ichida tilla va kumushdan yasalgan idishlar ko‘p miqdorni tashkil qilardi.

Xazinadagi boyliklarning ko‘payishi yangi bino qurishni taqozo etardi. shunday qilib, 1485-yilda Arxangelskiy va Blagoveshchenskiy soborlari o‘rtasida maxsus bino qurildi va u “Казенний двор” deb ataldi. Unda hokimiyat ramzlari, elchilarning sovg‘alari, oltin va kumush idishlar saqlanardi.

San’at asarlari o‘z egalariga va tomoshabinlarga huzur bag‘ishlash bilan birga, xazinalar o‘ziga xos bank vazifasini ham o‘tardi. To‘plangan boyliklar ba’zan moliyaviy qiyinchiliklar paytida olinardi va ishlatilardi. Bunda metall eritishga jo‘natilardi, qimmatbaho toshlar esa qarz olish uchun garovga berilardi. Masalan, fransuz qirollari bu yo‘ldan ko‘p foydalanishardi. Cherkov xazinasiga nisbatan bunday ekspropriatsiyalar, ayniqsa, Yuz yillik urush vaqtida (1337–1453-yillar) ko‘p amalga oshirilgan edi. XVI asrda Rossiyada “nasliy xazina” va “shohlik xazinasi” tushunchalari o‘rtasida tafovut yo‘q edi: ayrim narsalar saqlashga olinsa, boshqalari sovg‘alar, rohibxonalar va cherkovlarga vaqf, xorijiy elchilarni qabul qilish uchun olinardi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Shu bilan birga, dunyoviy xazinalardagi hamma narsa ham moliyaviy zahira sifatida qabul qilinmasdi. shunday noyob narsalar ham bor ediki, ularni har qanday sharoitda ham asrab qolishga harakat qilinardi, chunki ular esdalik qiymatiga ega bo‘lib, oilaviy-nasliy yodgorlik sifatida avloddan avlodga o‘tardi.

“Kolleksiya yig‘ish” tushunchasini o‘rta asrlar xazinalariga nisbatan shartli ravishda tatbiq etish mumkin. Chunki ulardagi ashyolar tasodifiy va rejasiz to‘planib qolgandi. Ular, asosan, urushlar va feodal talonchiliklari paytida o‘lja olingan, kelgindi savdogarlardan xarid qilingan, sovg‘a sifatida berilgan, buyurtma asosida yasalgan

buyumlardan iborat edi. Ammo o‘rta asrlarda to‘plamlarga ashyolar tasodifiy ravishda emas, balki yig‘uvchining didiga, qiziqishlariga va ehtiyojlariga qarab olina boshladi. Lekin bu harakat Uyg‘onish davrida to‘la kuch to‘pladi va imkoniyatlarini ko‘rsatdi.

Tarixda antik arxitektura fragmentlarini o‘z uyiga to‘plagan rimlik nikolo kreschenti (XI asr), Rimda maxsus yig‘ilgan osori atiqalarini vataniga qaytargan ingliz yepiskopi Genri Vichesterskiyning (XII asr), o‘zining osori atiqalar kolleksiyasini barcha xohlovchilarga tarqatgan kardinal Jordano orsinining (XII asr) nomlari saqlanib qolgan. Muqad-das Rim imperiyasining imperatori Fridrix II Gogenshtaufen (1220–1250-yillar) qadimiy narsalarning katta muxlisi edi, u Lucher (Italiya) shahri yaqinidagi qasrida o‘zi yig‘gan raritetlarni saqlardi.

Fransuz qiroli Ioanning kichik o‘g‘li gersog Jan Berriyskiy (1340–1416-yillar) yevropalik yangi xususiy kolleksionerlarning eng yorqin vakili edi. ehtirosli yig‘uvchi va saxovatli metsenat bo‘lgan gersog o‘z ijtimoiy mavqeyiga va davr ruhiga muvofiq zargarlik buyumlarini, qimmatli toshlarni, chiroyli gilamlarni, qimmatli matolarni, tilla idishlarni, cherkov ashyolarini sotib olgandi. Ammo uning garderobi akasi qirol karl V ning garderobidan farqli o‘laroq shunchaki qimmatbaho buyumlarni saqlash joyi emas, balki san’atni nozik his qiluvchi va sevuvchi kishining kolleksiyasi edi.

O‘rta asrlar Yevropa madaniyatida cherkov xazinalari va dunyoviy xazinalar nafaqat moddiy qimmatliklarning muhofizxonasi, balki xotiraviy, tarixiy va badiiy qiymatga ega bo‘lgan ashyolarning to‘plami ham edi. o‘rta asrlardagi ibodatxonalar va ularning xazinalari ko‘pincha keyingi davrlarda muzeylar bajaradigan ishlar sirasiga kiruvchi vazifalarni bajarardi. Chunki ularda davr qadriyatlari tizimida alohida o‘rin egallagan va madaniy an’anani berish uchun muhim bo‘lgan ashyolar to‘plangan va asralgan edi. nasroniylik yodgorliklari, ikonalarni, haykallarni, cherkov ashyolarini, shuningdek, xotiraviy va tarixiy ahamiyatga molik boshqa ashyolarni to‘plash asosida xolisona ravishda muayyan madaniy-ma’rifiy faoliyat amalga oshirilgan. o‘rta asr ibodatxonasi dekoratsiyasining o‘zi keyingi davrda kolleksiyalarni ekspozitsiya qilish qoidalarini shakllantirishda katta rol o‘ynadi.

Dunyoviy xazinalarni yig‘ish va undagi boyliklar shundan dalolat beradiki, ular moddiy boyliklarning muhofizxonasi sifatida paydo bo‘lgan hamda harbiy va davlat

FOR AUTHOR USE ONLY

xarajatlarini moliyalashtirishda muhim manba bo‘lib xizmat qilgan. To‘plamlarning tarkibi doimiy harakatda bo‘lgan: ba’zi narsalar saqlashga olingan, boshqalar sovg‘a, sotish, garov, ulush sifatida to‘plamdan olingan. shu bilan birga vaqt o‘tishi bilan moddiy qiymatga ega bo‘lmagan ashyolar guruhi shakllangan.

O‘rta asrlardagi xazinalarda qulay sharoitlarda muzey shakllanishi mumkin bo‘lgan “o‘zak” yaratilgan. Drezdendagi mashhur “Moviy gumbaz” muzeyi, Moskva kremlidagi Aslahaxona (orujeynaya palata) bunga misol bo‘la oladi.

Uyg‘onish davri kabinet va galereyalari

1. Uyg‘onish davri tushunchasi.
2. Uyg‘onish davri galereya va kabinetlari ilk galereya va kabinetlarning qanday ko‘rinishga ega bo‘lganligi:

a) kunstkamera;
b) myunskamera;
d) vunderkamera;
e) shatskamera tushunchasi.

3. Renessans xususiy kolleksiyalari.
4. “Muzey” atamasining Renessans davrida qayta tiklanishi.
5. studiola.

FOR AUTHOR USE ONLY

Uyg‘onish davri deyilgan madaniy va ma’rifiy tafakkur yuksalish davri hisoblanadi. XVI-XVI asrlarda G‘arbiy Yevropada bu davr boshlanib, **Renessans** deb atalgan.

Bu masala bilan shug‘ullanuvchi olimlar Uyg‘onish davrini o‘rta asrlar turg‘unligidan yangi davrga o‘tish bosqichi deb atashgan. G‘arbiy Yevropada uyg‘onish davri o‘z -o‘zidan yuz berib qolmagan, G‘arbiy Yevropa Uyg‘onish davrining asosiy belgilaridan iborat.

1–insonni ulug‘lash, uning iste’dodi, aqliy mohiyatlarini yuzaga chiqarish;

2–antik davrlar (qadimgi Yunon va Rim madanyayini tiklash va boyitish.

Ilm-fan sohasida qo‘lga kiritilgan yutuq va buyuk geografik kashfiyotlar odamlarning olam haqidagi taassurotlarini o‘zgartirib yubordi. Ayni paytda madaniy aloqalarni kengayishiga imkon yaratdi. Uyg‘onish davrining vatani Italiya bo‘ldi.

Italiyaning boy savdogarlari manufaktura egalari, bankirlar bo‘sh vaqtlarini o‘qish va ilm o‘rganish bilan o‘tkazganlar. Ular kundalik hayotlarini chiroyli qilishga, u dunyoning emas, bu dunyoning hayotiy ne’matlaridan bahramand bo‘lishga intilganlar, qolaversa, ular ilm-fan va san’at ravnaqiga homiylik qilganlar. Badavlat kishilar mahobatli binolar qurishni boshlashgan, ularning ichini suratlar, devoriy bezaklar va haykallar bilan bezashgan, noyob san’at asarlarini yig‘a boshlashgan.

Renessans davri o‘z taraqqiyotini XV-XVI asrlar boshidan kechirgan, ya’ni madaniyat tarixida Uyg‘onish deb nom oldi.

Bu iborani Italiyalik rassom va sanatshunos Jorjo Vazari Italiyada uzoq o‘rta asrdan so‘ng yana qaytadan uyg‘onganligi sababli ishlatgan va asosan Jotto ijodiga nisbatan qo‘llanilgan edi. keyinchalik esa keng mazmunni kasb etib, Italiyada, so‘ngra Yevropaning boshqa mamlakatlarida vujudga kelgan. o‘rta asrlar davridan farq qiladigan san’atni ta’riflash uchun qo‘lanila boshlagan. Renessans davri o‘z taraqqiyotini Italiyada to‘liq namoyon etib, qator bosqichlarni boshidan kechirdi. Bu, asosan quydagilardan iborat:

1.Uyg‘onish arafasi davri — Protorenessans (XIII-XVasrlar).

2.Ilk Uyg‘onish davri – Botrachento (bu atama adabiyotlardagi italiyancha atama), (XV-asr).

a) Duchento – XIV asr;

b) Trachento – XV asr;

d) kvatrachento XVI asr;

e) Chinkvechento XVI asrning ikkinchi yarmi.

3. Yuqori Uyg‘onish davri (XV asrning 90-yillari, XVI asrning 20–30-yillari)

4. so‘nggi Uyg‘onish davri (XVI asrning ikkinchi yarmi)

Uyg‘onish davri taraqqiyoti hamma davlatlarda bir xil bo‘lmagan. Masalan: Germaniyada so‘nggi Uyg‘onish davri, niderlandiyada esa Yuqori Uyg‘onish davri taraqqiyotini boshidan kechirmagan. Uyg‘onish davri insoniyat taraqqiyotidagi muhim bosqich edi. Bu insoniyat shu davrgacha o‘z boshidan kechirgan hamma o‘zgarishlar ichida eng buyuk progressiv o‘zgarish edi. XV asrda Florensiyada yashab ijod etgan

FOR AUTHOR USE ONLY

san’atkorlar Mozachcho, Donatello, Bruneleski va ularning izdoshlari o‘z ijodlarida Uyg‘onish davri san’ati prinsiplarini namoyon etdilar. Ilk Uyg‘onish davrida antik san’atga qiziqish yanada ortdi, hayotni chuqur o‘rganish asosida san’atkorlar fikr doirasi yanada kengaydi bu davrda ulkan binolar, g‘oyat katta gumbazli va qator ustunli sobor, saroy va ibodatxonalar qurildi.

Renessans kolleksionerlari o‘zlarining yig‘malarini tarqatishda har xil atamalardan foydalanishgan. Bu atamalar ichida eng keng tarqalgani–galereya va kabinet so‘zlaridir.

Galereya – bu uzunchoq shakldagi zal bo‘lib, uning bir tomonida qator katta oynalar joylashgan. Bu xonaning yorug‘ligi, shinamligi va arxitekturaviy qurilishi tomonidan qulayligi, haykaltaroshliki va rassomchilik namunalarini tarqatishda katta rol o‘ynagan.

Kabinet – kichik hajmdagi, kvadrat shakldagi xonadan iborat. Bu yerda turli xil noyob ilmiy namunalar va kichik hajmdagi san’at namunalari saqlangan. Renessans davrining ilk bosqichida Lorenso Medichi Florensiyada haykallar bog‘ini barpo etish to‘g‘risida farmon beradi. XVII asrdan boshlab saroylarning uzun va katta yo‘laklarida haykallar va rasmlar qo‘yish urfga kirdi. XVI asrdan boshlab saroy-lar qurilishida alohida rasmlar, haykallar, kitoblar va gravyuralar kolleksiyalar joylashadigan xonalar rejalashtirilgan. shu vaqtdan boshlab galereya so‘zi tijorat maqsadida ham ishlatila boshlangan, knyazlik saroylarida badiiy san’at namunalari uchun alohida xonalar tashkil qilingan. Bu xonalarni kabinet deb atay boshlashgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Birinchi kabinet 1797–1799-yillarda V.Brenning loyihasi bo‘yicha ishlangan. Bu kabinet markaziy korpusning tantanalar majmuasi yangi taxt zali bilan bog‘langan, Ilgari bu yerning birinchi qavatida kolonadasi qurilgan, shu sababli xona loyihasi murakkab simmetrik bo‘lmagan loyiha asosida ikkita har xil kenglikdagi arkaga bo‘lingan. kabinetning devorlari barelyef va dekorativ lepkalar bilan bezatilgan, avval 3 ta allegorik barelyeflar, amorlar, qurbonliklardan iborat figuralar medalyonlarning takrorlanishidan iborat, bo‘lgan. Ular Varshava yaqinidagi Lazenka qo‘riqxonasi oranjereyasining eski devorlarini bezaydi. 1803-yildan boshlab bu kabinetlarni 2 ta ajoyib bronza haykaltaroshlik guruxlari bezay boshlaydi. Bular titanlarni mag‘lub

qilgan Yupiter va shamollarni boshqargan Yunon deb nomlanadi. Bu yerdagi kamerani Berlin va Lyuksemburg zavodlarining chinni vazalari bezaydi.

Hozirgi vaqtda bu yerda qora yog‘ochdan qilingan zarli, oynali, shishadan iborat rasmlar qo‘yilgan. Avval kabinet deb kichik qutichani yoki ko‘p harakatlanuvchi totrmalardan iborat shkafchalarni aytishgan.Ularda turli xil hujjatlar, bezaklar va qimmatbaho buyumlar saqlangan. Bunday konstruksiyada asosan antik tangalar, gemmlar, zargarlik buyumlari, mayda plastinkalar hamda ilmiy namunalarni saqlashgan. keyinchalik bu xona shu nom bilan atalgan mebellar bilan jihozlanib, kabinet deb atay boshlangan. nemis tilida kabinet so‘ziga sinonim sifatifa kamera so‘zi ham ishlatilgan.Alohida bu ikki so‘z juda kam ishlatilgan. Ular murakkab so‘zlar tarkibiga kirib, birinchi qismi yig‘malarning xarakteri haqida.

Myunskamera – tanga va medallar saqlovchi saqlovchi kabinet.

Shatskamera – qimmatbaho toshlar va metalldan tayyorlangan buyumlar xazinasi.

Vunderkamera – tabiatda uchraydigan noyob narsalar saqlanadigan kabinet.

Kunstkamera – inson qo‘li bilan tayyorlangan yoki tabiat durdonalaridan tayyorlangan san’at namunalari saqlanadigan kabinet.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bu xonalar orasidagi farq shartli bo‘lib, masalan: badiiy ishlangan nautilus chig‘anog‘ini vunderkamerada ham kunstkamerada ham uchratish mumkin bo‘lgan. huddi shuni qimmatbaho toshlar bilan bezatilganini ba’zilar kunstkamerada saqlasa, ba’zilar esa shatskamerada saqlagan. shuningdek, kabinet va galereya tushunchalari avvalo arxitektura qurilishining tipini ko‘rsatib berib, kolleksiya namunalari saqlanishini birinchi navbatda ularning tarkibi va yo‘nalishini ko‘rsatib bergan.

Masalan: “Antikvariy so‘zi orqali antik davr haykaltaroshlik namunalarini va uning ko‘rgazma qilinayotgan joyi tushunilgan. “studiola” deb kolleksiyalar tushunilgan.

Qadimgi grek va rimliklarning renessans madaniyatini ko‘rsatuvchi buyuk yaratmalarga antik ideallarning “Ilmiy oromiga qaytishi”, rimliklarning villalardagi hayot tarziga taqlid qilishgan. Italiyan aristokratlarining saroylarida, mashhur shaharliklarning uylarida gumanitar mashg‘ulotlar uchun alohida xonalar paydo bo‘lib,

ular bu yerda o‘zining bo‘sh vaqtlarini qadimgi yozuvchilarning asarlarini o‘qish hamda falsafiy mavzularda bahslar olib borish bilan shug‘ullanganlar. Boshlang‘ich vaqtlarda studiola nomi bilan atalgan kabinetlar o‘z ichiga kutubxonalarni olib, estetik tartibliligi bilan farq-langan. Ammo XV asr davomida kolleksionerlikning rivojlanishi bu atamalarning g‘oyasiga va yo‘nalishiga o‘zgartirishlar kiritdi. Ular ichiga badiiy xarakterga ega bo‘lgan kolleksiya:

1) gemmlar;
2) medallar;
3) qo‘lyozmalar;
4) rassomchilik va haykaltaroshlik namunalari kiritilgan.

kabinetlarda bo‘sh vaqtlarda, dam olish paytida qadimgi yozuv-

chilarning o‘qish bilan birga, endi san’at namunalarini tahlil qilish ham udumga kira boshladi. XVII asr oxiridan boshlab kabinetlar Italiyadan so‘ng yevropada urfga kirgan. Galereya va kabinetlar avval shaxsiy maqsadda, keyinchalik jamoatchilik xarakteriga ega bo‘la boshladi.

Kunstkamera **–** bu san’at kabineti ma’nosini anglatadi. san’at ma’nosida insonning qo‘li bilan yaratilgan nodir namunalar tushuniladi. Lekin bu yerda san’at deganda, faqat inson tomonidan yaratilgan noyob va nodir, tabiatdan noyob narsalar tushunilgan. kunstkameraning asos bo‘lishiga sabab, insoniyatning noyob narsalarga qiziqishi bo‘lgan.

kunstkamera – nemischa so‘z bo‘lib, u tarixiy xarakterga ega bo‘lgan badiiy sanoat, tabiiy, ilmiy durdonalarning kolleksiyalari nomini hamda ularni saqlash joylarini bildiradi. Bu yerda har xil ajoyibotlar, kam uchraydigan buyumlar, tarixiy shaxsga yoki hodisalarga asoslangan yig‘malar yig‘ilgan. XVI–XVIII asrlarda kunstkameralar har bir knyaz hovlisining asosiy mulki hisoblangan. hozirda bu termin qoldirilgan, ilgari kunstkameralar yopilgan yoki har xil muzeylarga tarqatib berilgan.

Kunstkamera ko‘rinishida tashkil etilgan ilk ma’lumotlar 1552-yilga tegishli bo‘lib, Venada vujudga kelgan va imperator Ferdinnans Gabsburg nomi bilan bog‘liq. Drezden kunstkamerasi tashkil etilgan. saksoniyalik kultyursi Avgust II rezidensiyasida, yozma ma’lumotlarga qaraganda 1565-yilda Myunxenda ham

FOR AUTHOR USE ONLY

kunstkamera bo‘lgan ekan. Uning asoschisi Albert Vittelsbarg (1550-1579) bo‘lgan. Boshqa yana shunday 2 ta kunstkameraning paydo bo‘lishi gabsburglar sulolasi bilan bog‘liq. kunstkamerada faqat tabiat namunalari aks etadigan bo‘lsa, ularga albatta, ba’zi mamlakat hamda kontinentlardan turli hayvon turlari, gerbariylar olib kelingan. Tabiat namunalari orasidan mamontlarning suyak qismlari, malyuskalarning chig‘anoqlari, kokos yong‘og‘i, turli shaklda qotib qolgan minerallar, yantar va koral, prematlar orasida magiyaga bog‘liq buyumlar bo‘lishi mumkin. Shunday kunstkameradan, masalan, Rossiyada ilk kunstkamera Buyuk Pyotr tomonidan tashkil etilgan bo‘lib, u Gollandiyaga birinchi borishidayoq juda ko‘p qushlar, baliqlar va qimmatbaho buyumlarni olib kelish bilan boshlangan. Bu kolleksiya anatomik preparatlar va anamaliyalar bilan birgalikda Moskvadagi “Arxeatr Arisk” dorixonasida saqlangan. 1714-yili bu to‘plam Peterburgga olib kelinib, eski yozgi saroy kutubxonasida kunstkamera tashkil qilinadi. kunstkamera Pyotr I ning 1716-yilda Peterburgga qilgan safarida yanada boyidi. Gdanskda mineral, nodir toshlar, rakvinalar, Amsterdamda Ryushning anatomik kabinetida spirtda saqlangan hayvonlar, baliqlar, ilonlar, hasharotlarning to‘plamini sotib olgan. 1718-yili Rossiyaning barcha chekkalaridan har xil arxeologik topilmalarini kunstkameraga olib kelish to‘g‘risida farmon chiqardi. 1722-yilda kunstkameraning kutubxonasi bilan birga binosi qurib bitkazildi. Fanlar Akademiyasini ochilishi bilan kunstkamera hamda kutubxona Fanlar Akademiyasiga o‘tdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘tgan yillar ichida kunstkameraning to‘plamlari akademiyaning turli muzeylariga tarqatildi. Faqatgina Buyuk Pyotr kabineti saqlab qolindi, bu yerda shohning kiyimlari, quroli, jihozlari, shuningdek, uni o‘rab turgan barcha narsalar va uning qo‘li tekkan narsalar: tokarlik buyumlari va dastgoh modellari va boshqalar saqlanadi. 1837-yilda bu to‘plam tartibga keltiriladi.1843-yilda esa kema modellari kabinetdan Bosh admeralikka beriladi, Pyotrning kitoblarini esa gidrografik depoda saqlash buyuriladi. nihoyat, 1851-yilda kabinetning barcha buyumlari ermitajga berilib, unda alohida bo‘lim tashkil etiladi va bu bo‘lim “Buyuk Pyotrning kabinetlari” deb nomlanadi.

Germaniyada san’at buyumlari bilan bir qatorda ajoyibotlar kolleksiyalari ham

yig‘ila boshlagan, ular *vunderkameralar* edi.

Vunderkamera – bu ajoyibotlar kamerasidir. Bu kamera yig‘malari Germaniyaning Galle Zazle shaharida joylashgan, “Galladagi Frankning muassasasi” nomi bilan yuritiladi. Bu muassasa ko‘rgazmalari sank-Peterburgdagi Gyote institutida ochilgan. ko‘rgazma asosini planshetlar, illyustratsion tarkib va nishonlar vunderkamerasiga XVIII asrdagi prinsiplari kiradi. ko‘rgazma Rossiyada taniqli bo‘lmagan nemis tarix varaqlari, madaniyati, shu bilan bir vaqtda, kunstkamera va naturkameralarning Galladagi tarkibi va faoliyati haqida ma’lumot beradi. 1688-yilda asos solingan bu kolleksiya Avgust German Frans Muassaenniniki edi. 1995-yil qayta tiklangan bu kamera hamda Frans muassasasi hozirda Borokkoning Germaniyadagi ekspozitsiyasi eng to‘liq saqlangan kompozitsiya hisoblanadi. Bu muassasa uzoq vaqt davomida ilmiy va ma’naviy maqsadda foydalanilib, yetimlar uyi bilan bog‘liq bo‘lgan. kolleksiya ensiklopediya prinsiplariga asoslanib, o‘sha vaqtlardagi kunstkameralarga o‘xshab quyidagi qismlardan:

1) mineral
2) rakvina
3) zoologik va botanik noyob turlari
4) anatomik preparatlar
5) tanga
6) medallar
7) tarixiy buyumlar
8) jahon madaniyati durdonalaridan iborat bo‘lgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Unda juda ko‘p miqdorda ilmiy kitoblar, uskunalar, harakatdagi medallar yetimlar tomonidan amaliyotda qo‘llangan, ko‘rgazma alohida tibbiyot, farmatsevtika va amaliy yo‘nalishlardagi fanlarning bog‘liqligini ko‘rsatadi. Muzey mebellari ham juda katta qiziqish uyg‘otadi, chunki uni ishlash uchun ham, eksponat qo‘yish uchun ham ishlatsa bo‘ladi. Vunderkameralar tashkillashtirish tarixi Galladagi fan va sanoat rivojlanishi bilan uzviy bog‘liq. Bu kolleksiya tarkibida hindistondan, shimoliy Amerikadan, Janubi-sharqiy osiyodan yig‘ilgan, gallalik Lyuteral, missionerlar va savdogarlar olib kelgan eksponatlar bo‘lgan. ko‘rgazmaga kelgan tomoshabinlar XVIII

asrning Galladagi va Peterburgdagi kunstkameralarini birbiriga qiyoslashlari mumkin. ko‘rgazma 2004-yildan tomoshabinlar uchun ochilgan.

Myunskamera – bu nishonlar va medallar saqlanadigan xona bo‘lib, shuningdek, bu xonada qadimiy tangalar ham saqlanadi.

Shatskamera – bu qimmatbaho toshlar va metallar saqlanadigan xazina bo‘lib, bu kameralar har bir muzeyda saqlangan.

4.3 Renessans davrida ekospozitsiyalar va terminalogiya muammosi. o‘rta asrlarda burjuaziya namoyandalari tomonidan kolleksiya tuzish namunalari, terminalogiya muammolari paydo bo‘lgan. Ular o‘z kolleksiyalarini qaysi turga kirishidan qat’i nazar, galereya va kabinet deb atay boshlagan. keyinchalik Renessans davrida boshqa terminlar ishlatila boshlangan. Galereya so‘zi sifatida “*pinokateka*” so‘zi ishlatilgan. Bu vaqtda bu so‘z rassomchilik kolleksiyasi borasida ishlatilgan. shuningdek, “*garderob”* so‘zi ham ishlatilgan bo‘lib, bu xazina yoki qimmatbaho buyumlar ombori sifatida qo‘llanilgan. XVI asr oxirlarida buyuk konstant gersogi kozimo Medichi garderobida qimmatbaho kiyimlar bilan bir qatorda buyuk musavvirlar rasmlari ham saqlangan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Renessans davri xususiy kolleksiyalariga, XV asrdagi Medichi kolleksiyasi kiradi. Medichi Florensiyani 15 yil boshqargan va u rassomlar va gumanistlar tomonidan qo‘llab-quvvatlangan. katta kozimo Medichidan boshlab (1429-1464) ular antik davr asarlari va boshqa kolleksiyalarni yig‘ib, haykallar va rasmlar buyurtma qilishni boshlagan. 1429-yilga kelib, ularning buyumlari yuz ming floringa teng bo‘lgan. Bu kolleksiya barcha rassomlar va qiziquvchilar uchun bo‘lib, u yerda florensiyalik rassomlar, shuningdek, angliyalik rassom o‘quvchilar ham tahsil olgan. Ular ekospozitsiya asosini tashkil etishgan.

Fasadlarini antik haykallar bilan bezashgan, ochiq havoda arxeologik bog‘ yaratishgan. 1494-yilda kolleksiyalar soni ko‘payadi, shuning sababli shahar tashqarisida muzey tashkil qilish fikri kelib chiqadi. eng birinchi kolleksiya to‘plami 1550-yil Venadagi imperator Ferdenant Gabsburgga tegishli bo‘lgan. XVI — XVIII asrlar ikkinchi yarmining eng boy va taniqli to‘plami Venger va Bagim imperatori Rudolfo II Gabsburgga tegishli bo‘lgan. Uning qiymati o‘sha vaqtda juda katta

baholangan.

Rimdagi Papa hovlisidagi kolleksiya. *Papalar* milliy xazinalarini saqlash uchun qayg‘urishgan, ular qazilma ishlar yordamida yoki rejasiz topilgan buyumlardir. kapitoliy tepaligidagi maydon va Belveder villasi hovlisidagi Laokon haykallar guruhi qadimgi Rim villasi prinsiplari asosida antikvarlar tuzilgan.

Pavel III ning farmoniga asosan Mikelanjelo kapitoliyni tartibga soldi. Targ‘ibotchilik maqsadida Rim imperatorlari haykallari Papaning siyosiy va axloqiy tomonlarini ko‘rsatdi. Bu kolleksiyani siyosatchilar, diplomatlar, gumanistlar, arxeologlar va rassomlar ko‘rishgan.

XVI asrda Florensiyadagi Medichi kolleksiyasi. 1532-yilda florensiyalik Medichi taxtga chiqib, monarxiya tuzumini o‘rnatdi. Medichilar o‘z davlatidagi qazilma ishlarini mablag‘ bilan ta’minlagan. Rim, Yunon, Misr madaniyati namunalari, haykallar, ajoyibotlar, medallar va miniatyuralar shular jumlasidandir.

1559-yili Ufitssi saroyi quriladi. Kozimoning o‘g‘li Franchesko II Djorjo Vazariga Palasso Vekkioda haykallar majmuasini yaratishni, ya’ni kolleksiyalar va rassomlar haqida studiola tayyorlashni topshirdi. siyosiy arboblar bu yerga kelib turishar edi. so‘ng u binoning ikkinchi qavatini qurishni boshladi. Birinchi qavatida galereya bo‘lib, u yerga tomoshabinlar kelar edi. keyinchalik ko‘prik ostiga ikkinchi saroy orasiga qimmatbaho buyumlar kolleksiyasi qo‘shiladi. sakkiz burchakli xonani qimmatbaho buyumlar bilan yasatishgan, o‘rtada esa Franchesko II hayoti tasvirlangan Tribuna zali joylashgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mantuanlik Izabella Estening grotto g‘ori. Montuan markizasi XVI asr oxirida yashagan. Istanbulning har xil hududlaridan alohida antik san’at namunalari to‘plangan, Di santio Jordjio sur’atlar galereyasi, studiolasi va haykallar kolleksiyasi (bog‘dagi grotto) shular jumlasidan. Bu yerda antik davr san’ati bilan uyg‘onish hozirgi davr san’ati tenglashadi. Bu yerda eng yaxshi rassomlar galereyasi tashkil qilinadi.

Venetsiyalik Grimanining haykallar ko‘rgazmasi. Venetsiyalik kolleksioner koordinant Domeniko Grimani 1523-yilda arxeologik topilmalar va rasmlardan iborat boy kolleksiyasini yig‘di. haykallar (beshta haykal, o‘n oltita byust, o‘n ikkita

imperator portreti) Venetsiyaga meros qilib qoldirilgan bo‘lib, ular yomg‘irlar saroyiga qo‘yilgan edi. Lekin oradan 50 yil o‘tkach, uni bergan egasi haqida unutishdi va ekspozitsiyasini olib qo‘yishdi.

shunda Jovanni jiyani rasmlarini merosxo‘ri sifatida o‘zini shaxsiy kolleksiyasini Venetsiyaga shart bilan berdi. Bu shart asosida uni katta ko‘rgazma qilib ko‘rsatishi kerak edi. kolleksiyada 217 ta haykallar bo‘lib, keyinchalik ular san Marko sobori kutubxonasiga qo‘yildi va bu antikvariya g‘oyalarini rivojlanishida kerakli bosqich bo‘lib xizmat qildi.

Fonteblo kolleksiyasi. 1515-yildan — 1547-yilgacha Fransiya podshosi Fransis Polvar o‘z davlatini Italiyada qurolmadi va u o‘zining madaniy markazini tashkil eta boshladi. Qasrda xonalar rasmlar va gorelyeflar bilan bezatildi. Rimdan antik haykallar freska qismlari olib kelindi. Qadimgi haykallar nusxalari olindi, juda ko‘p Italiya rassomlari va haykaltaroshlarining ijod namunalari sotib olindi. Ular “Vannal” zaliga qo‘yildi va rasmlarni ko‘pi yo‘q bo‘ldi”

Gabsburglar kolleksiyasi. Gabsburglar sulolasi Avstriya va boshqa mamlakatlarning 1342-yildan 1918-yilgacha boshqardi. Imperator Maxsimelyan va uning nabirasi karl V ning kolleksiyasi Ispaniyadagi qarorgohlarga va janubiy german shaharlaridan yig‘ilgan edi. Ferdinant I qurolsozlik va zargarlik buyumlari, medallar, tangalar, rasmlar, haykallar, san’at namunalaridan 1550-yilda kunstkamera tashkil qildi va u barcha Vena kolleksiyalarini Venaga joylashtirdi. Uning o‘limidan so‘ng qolgan merosxorlar bo‘lib o‘tirishdi.

Renessans davri antik buyumlar va udumlarni topish bilan bir vaqtda, insoniyat uchun o‘rta asrlarda unutilgan “**muzey**” so‘zini qaytardi va uni yangicha mazmun bilan boyitdi. Avval bu so‘z kolleksiya so‘zining sinonimi sifatida qabul qilingan. 1492-yildan boshlab, “muzey” so‘zi alohida yozma ravishda ro‘yxatga olina boshlagan. Florensiyalik bankir va Lorenso Medichining qo‘lyozmalar va genlar kolleksiyasi muzey deb atalgan. “Muzey” so‘zi grekcha muzalar uyi degan ma’noni bildiradi, tarixiy obidalarni saqlash, ko‘rgazma qilish, o‘rganish, yig‘ish bilan shug‘ullanuvchi muassasa hisoblanadi. ke-yinchalik muzey deb kolleksiyani emas, u saqlanayotgan xonani ham atashgan. 1539-yilda italiyalik gumanist Pado Joto o‘zining yozuvlarida

FOR AUTHOR USE ONLY

komodagi villasida saqlanayotgan buyuk insonlar portretini to‘plamini ham **muzey** deb atagan. Ya’ni Javani muzeyi Museum Jovanu, shuningdek, Italiya tabiat tadqiqotchilari ham o‘zlarini xonalarini muzey deb atay boshlashgan. shundan so‘ng Uyg‘onish davrida muzey so‘zi kolleksiyalar saqlanadigan xona sifatida yuritila boshladi. XVI asrning ikkinchi yarmidan boshlab Yevropa hovlilari ajoyib, chiroyli, nodir buyumlar namoyishi bilan ham ajralib tura boshlagan. Bunday to‘plam namunalari sifatida Uffitse galereyasi ham Markaziy Yevropadagi kunstkameralardan hisoblangan. eng birinchi kolleksiya to‘plami 1550-yil Venadagi imperator Ferdenant Gabsburgga tegishli bo‘lgan. XVI-XVIII asrlar ikkinchi yarmining eng boy va taniqli to‘plami Venger va Bagim imperatori Rudolfo II Gabsburgga tegishli bo‘lgan. Uning qiymati o‘sha vaqtda juda katta baholangan. XIX asrgacha muzey faqat tarixiy ilmiy san’at namunalari kolleksiyasi sifatida qabul qilingan bo‘lsa, XIX asrdan boshlab muzey ishida tadqiqotlar olib borish boshlangan va XX asrning 60-yillardan boshlab muzeylarni tarbiyaviy faoliyati ishi ham boshlangan. 1946-yilda IKOM jahon muzeylar birlashmasi tashkil qilinib, muzeylarni rivojlantirish bilan shug‘ullangani. hozirda dunyoning 115 ta mamlakati o‘z ichiga olgan birlashmaning 27 ming 500 ishtirokchisi bor va ular Yunesko Butunjahon tashkiloti bilan ish olib boradi. IKOM har uch yilda bir mamlakatda o‘zining yig‘ilishini o‘tkazadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Qadimgi muzeylarning biri Aleksandriyalik Ptolomey II tomonidan bizning eramizgacha bo‘lgan 290-yilda tashkil topgan. Uning tarkibiga xonalar, ovqatlanish xonalari, kutubxonalar, botanik va zoologik bog‘lari kirgan. keyinchalik bu yerga tibbiyot va astronomik uskunalar, hayvonlarni qotirilgan nusxalari, haykallar va byustlar qo‘yilib, ulardan o‘qitish uchun foydalanilgan. Bu muassasalar museonlar deb atalgan. Museon kutubxonasida 750 mingdan ortiq qo‘lyozmalar bo‘lib, museon direktori Ptolomey bo‘lgan. Antik Gretsiyada ham ibodatxonalarga haykallar, rasmlar, san’at namunalari qo‘yila boshlagan. keyinchalik ular shahar bog‘lariga, hammomlarga, teatrlarga qo‘yilgan. Boylarning villadagi urushlar natijasida olib kelingan san’at namunalarini ko‘rsatish udumga aylangan. Rim imperatori Adrean haykallarini va san’at namunalarining nusxalari tayyorlashni buyurdi va ular Gretsiya, Misrda katta qiziqish uyg‘otdi, bu villa hozirgi muzeylarning ilk qaldirg‘ochi

hisoblanadi.

Shu jumladan, osiyoda eramizning II ming yili boshlanishida Xitoy va Yaponiya ibodatxonalarida mahalliy san'at namunalari yig'ila boshlandi. eng to'la kolleksiya shosomg nomi bilan atalib, Unara ibodatxonasida joylashadi. o'rta asr san'at namunalari (zargarlik namunalari, haykallar, monuskritlar) ibodatxonalar va cherkovlarda ko'rsatish uchun belgilandi. VII asrdan boshlab urushlarda qo'lga kiritilgan boyliklar ko'rgazma qilina boshlagan. Urush vaqtida bu boyliklardan to'lov sifatida foydalanilgan. shunday qilib saqlanmalarda yo ko'payib, yo kamayib turgan. Masalan, Fransiyadagi Reyms ibodatxonasi xazinasining miqdori fransuzlarning harbiy g'alabalariga bog'liq bo'lgan. XVIII asrdan boshlab muzeylar Yevropadagi ko'p mamlakatlarning ijtimoiy hayotida muzeylar ajralmas bo'lib qoldi. 1750-yilda Parijda Palas de Lyuksenburg saroyida haftada ikki kun rasmlar ko'rgazmasi bo'lib o'tardi. Birinchi navbatda buni ko'rgani talabalar va san'at namoyandalari kirar edilar. keyinroq bu rasmlar Luvr kolleksiyasiga berilib, u yerda qirol Fransiskoning shaxsiy kolleksiyasi bo'lgan yangi tipdagi birinchi muzey 1753-yilda ochilgan bo'lib, unga tashrif buyurish uchun yozma ro'yxatdan o'tish lozim bo'lgan. 1793-yilda Fransiya revolyutsiyasidan so'ng, Luvr ham birinchi muzey bo'lib ochilgan. XVIII asr muzeylariga quydagilar kiradi:

FOR AUTHOR USE ONLY

Renessans davrida buyuk grek va rim madaniyatining qaytarilishi bilan birga, antik davrning ilmiy dam olish hayot tarzi ham o'rganila boshlagan. Rim intellektuallari villalarda turli yig'inlar o'tkaza boshlagan. Italiya aslzodalari saroylarda va taniqli shaharliklar xonadonlarida alohida xonalar ajratib, bu yerda falsafiy mavzularda bahslar, qadimgi yozuvchilar kitoblarini o'qish udumga kira boshlagan. Birlamchi davrda bu kabinetlar **studiola** deb atalgan.

studiola tarkibiga kutubxona kirib, alohida tartibi bilan ajralib turar edi. XV asrdagi kolleksionerlikning rivojlanishi bu xonalarni tartibiga o'zgartirishlar kiritdi. Bu xonalarga kolleksiyalar joylashtirila boshlandi. Ayniqsa, badiiy xarakterga ega bo'lgan gemmalar, qo'lyozmalalar, haykaltaroshlik va rassomchilik namunalari shular jumlasidandir. Bu xonalarda kitob o'qish bilan birga, san'at asarlari o'rganila boshlangan. XV-XVI asrlar studiolalar kutubxonadan qimmatbaho buyumlar

saqlovchi xonaga aylana bordi. studiolalar muzeylarga o‘xshatma bo‘lib, ular kichik xonalardan iborat bo‘lgan. U yerda yorituvchi moslamalar bo‘lmagan. Devordagi kolleksiyalar shkaflarda saqlangan. Berk eshiklarda allegorik naqshlar bo‘lgan. Bu kolleksiyalarni shkaf eshiklaridagi allegorik naqshlariga qarab, u yerda nima borligini bilish mumkin bo‘lgan. studiolalarga faqat ega-lari va uning yaqinlarigina kirishgan.

XV asr davomida kolleksionerlar gurkirab rivojlangani bois, studiolalarning funksiyasi va ichki bezatilishiga, uning asosiy g‘oyasiga keskin o‘zgarish kiritdi. Ularning ichiga badiiy harakatlarga ega bo‘lgan kolleksiyalar ham joylashtiriladigan bo‘ldi. Gemmalar, qo‘lyozma, haykaltaroshlik namunalari insonlarni o‘ziga tortar edi. Masalan, Gersog Leonello D estening Delfore saroyida yaratilgan (1447) kabinetining devorlarida 9 ta muza atributlari bilan tasvirlangan edi. Pero Medichining studiolasiga kiraverishda (1459) esa marmardan ishlangan antik relyef joylashgan bo‘lib, kabinetning o‘zi klassik qadimiy buyumlar bilan to‘ldirilgan edi. Renessans davrining kabinetlari o‘zgacha dunyoga aylandi, uning xo‘jayini adabiyot yoki falsafa mashg‘ulotlari bo‘yicha vaqtini shu yerda o‘tkazardi. Ba’zida oila a’zolari, ba’zida esa jamiyatdagi o‘ziga yaqin kishilari bilan intellektual suhbatlar olib borib, estetik orom olganlar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Chuqur g‘oyaviy va kuchli mistik motivlar bilan bezatilgan antik davr predmetlari bilan to‘dirilgan studiolalar antik davr museoni kabi qabul qilinardi. kolleksionerlikning rivojlanishi sekin-asta studiolaning qiyofasini va unda jamlanib kelayotgan g‘oyaviy dasturni o‘zgartira boshladi. studiolalar universal xarakterga ega bo‘la boshladi. Bu narsa XVI asrning boshlarida aniq namoyon bo‘ldi. Bunga Izabella D estening dekorativ studiolasini misol qilishimiz mumkin, uning kabinetining maxsus dastur asosida bezatilgan panno emas, balki mashhur rassomlar ishlagan noyob kartinalar bezab turardi. Perudjino, kost, Monteni, koradjoning asarlari shular jumlasidandir. kartinalarning sujeti antik davr adabiyotlaridan olingan yoki saroy gumanistlari tomonidan o‘ylab topilgan bo‘lar edi. natijada studiola Izabellaning rangtasvir kolleksiyalari saqlanadigan joyga aylandi, lekin eng kardinal o‘zgarishlar Franchesko I Medichining studiolasida yuz berdi. U 1579-yili Verokkioning Florensiya palatssosida Jorj Vazari rahbarligida bir guruh rassomlar tomonidan

yaratilgan edi. Dasturni filolog va tarixchi Vinchenso Borgeni ishlab chiqqan edi. Franchesko I studiolasi gumanistik mashg‘ulotlar uchun mo‘jallangan kabinet sifatidagi ahamiyatini butunlay o‘zgartirdi. endi unda nafaqat san’at asarlari, balki tabiiy ilmiy namunalar, ekzotik haykallar, baliq rasmlari tushurilgan asarlar joy oldi. Qadimiy va noyob buyumlar esa shkaflarga joylandi. Shkaflarning eshiklari mifologik tasvirlar bilan bezatilgan edi.

Shunday qilib, XV-XVI asrlar davomida studiolalar kutubxona ko‘rinishidan to galereya ko‘rinishigacha o‘zgardi. Lekin uni kolleksiyalar tashkil etish prinsipi Renessans davri muzeyi deb hisoblashga asos bo‘la olmaydi. Uni faqat Protomuzey deyish mumkin. studiolalar uncha katta bo‘lmagan xona bo‘lib, saroylarning ulkan zallari oldida juda kichkina hajmi bo‘yicha kontrast ko‘rinardi, chunki studiolalar o‘sha saroy zalining yonidagi xonaga joylashtirilar edi.

Antikvariyalar uyg‘onish davrida antik davr haykallari, ularning fragmentlari kolleksionerlikning eng zaruriy obyektlaridan hisoblanardi. Ularni maxsus maqsadga yo‘naltirilgan arxeolog qazilmalar natijasida yoki qurilish ishlari olib borilayotgan hududlardan topish mumkin edi. Lekin arxeologik qazilmalar sistemasiz olib borilib, o‘g‘rilik xarakteriga ega edi. Bu topilmalar bilan saroy villalarining bog‘lari bezatilar edi. haykaltaroshlik kolleksiyalarining shakllanishiga qarab, ularni tartib asosida yig‘ishga talab paydo bo‘ldi. Renessans madaniyatida antik davr plastikasi va u namo-yish qilinadigan joyni antikvariy deb atashgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Birinchilar qatorida Rimdagi kapitoliyada antikvariya tashkil etilgan. Rimning siyosiy va ma’daniy markazi bo‘lishidan oldin kapitoliya maydoni, o‘rta asrlar davrida shahar bozori vazifasini o‘tagan. 1471-yil sikst I taxtga o‘tiradi va kapitoliyaga Papa Lateryanski sa-royi oldida turgan qadimgi bronza haykallarini qo‘ydiradi. U bu asarlarining qonuniy egasi Rim xalqi hisoblangani uchun shu ishni qilgan. sikst II ning sovg‘alari orasida Rimning emblemasi bo‘lgan. etrusk ustalari tomonidan yaratilgan mashhur ona bo‘ri, qo‘lidan tikanni olib tashlayotgan bola haykali — “spinario”, “kamill” — qurbonlik olib kelayotgan xizmatkorning haykali ham bor edi. Bir necha o‘n yilliklardan so‘ng “Lateran” maydonidan kapitoliya maydoniga imperator Mark Avreliyning otliq bronza haykalini ko‘chirishadi.

O‘rta asrlarda xristian dinini davlat dini deb e’lon qilgan imperator Buyuk Konstantin deb o‘ylashgani uchun, saqlanib qolingan ilk davrlarda kapitoliya antikvar to‘plami deyarli ekspozitsiy qilingan edi. Ya’ni atrof -muhit me’morchiligi va landshaftga uyg‘un emas edi, haykaltaroshlik asarlari saroy fasadlari ichini bezardi. Lekin Pavel III davrida Mikelanjelo loyihasiga ko‘ra qurilish ishlari boshlanib, kapitoliya saroylari bilan antik haykaltaroshlikni yagona ansanblga bog‘ladi. XVI asr o‘rtalariga kelib, yangi asarlar bilan to‘ldirilgan kapitoliya antikvariyasi juda mashhur bo‘ldi va kapitoliya muzeyiga aylandi. Bugungi kunda ham u yerda sikst IV sovg‘alari saqlanadi. shuning uchun, uning tashkil etilgan sanasi 1471-yil hisoblanadi va u dunyodagi eng keksa muzeylardan biridir.

Boshqa Rim antikvariyasi Papa Yuliy II ning nomi bilan bog‘liq (1503-1513). Yuliy II Rimni Italiyaning siyosiy va ma’naviy markaziga aylantirishga intilgan. saroy va ibodatxonalarni bezatgan, ko‘priklar qurdirgan, yangi tantanalikni barpo ettirgan. Papalik va xristian cherkovini ulug‘lovchi noyob asarni buyurtma qilgan Yuliy II juda tirishqoq va intiluvchan bo‘lgani uchun klassik davr qadimiy buyumlarini kolleksiyalashtirishga ham vaqt topgan. Uning kolleksiyalari orasida “Laokoon” haykaltaroshlik asari bebaho asarlardan biri hisoblanadi. Uni 1506-yili imperator Tit binosining qoldiqlari bo‘lgan joydagi uzumzorni buzib, qurilish ishlari boshlayotgan paytda topishgan. Bu voqeadan sal oldin mazkur haykal haqida yozuvchi Pliniy kattaning asarlari orqali ma’lumot olingan edi. shuning uchun “Laokoon” asari noyob topilma deb olindi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Rim kapitoliyasidagi ilk antikvariyda Avgust Mozaliyda Avgust maqbarasidan olingan rafiqasining haykali hamda rimlik qo‘mondon Germanikning haykali turar edi. Bu haykallardagi chuqurchalar bug‘doy va tuzni o‘lchash uchun ishlatilar edi. kapitoliya saroyiga chiquvchi zinada haykallar guruhi turar edi. Ular sher hamda tulporning haykali edi. Bular adolat timsoli hisoblanar edi. Bu yerda o‘lim jazosi berilar edi. XV asrlar o‘rtasiga kelib kapitoliya antikvaryasi yangi topilmalar bilan katta dong taratdi va buning natijasida kapitoliy muzeyi paydo bo‘ldi. Bu muzey eng qadimiy muzeylardan hisoblangan. Yuliy II Papasi tashkil qilgan Rim antikvariyasi Rimni Italiyaning madaniy-siyosiy markaziga aylantirilishida katta rol o‘ynadi. Yuliy II

saroylar va ibodatxonalarni qurib bezadi, ko‘priklar qurdi. Yangi katta ko‘chalarni tashkil qildi, san’atni qo‘llab-quvvatlab, buning natijasida xristian ibodatxonasini va Papasini qo‘llab-quvvatlashda katta xizmat qildi. Papa kolleksiyasining eng nodir durdonalaridan biri Leokar yaratgan Apollon haykalidir. Bu haykal nusxasi marmardan tayyorlangan edi. Yuliy II uni kordinallik vaqtida qo‘lga kiritib, Papalik vaqtida Belveder saroyi hovlisiga qo‘ydirgan edi. shuning uchun uni Apollon Belvederskiy deb atashgan, Belveder saroyidagi haykallar antikvariyasini ochilishi Vatikandagi butun dunyoga taniqli muzeylar tarixini boshlanishiga sabab bo‘ldi.

Lev X papalik taxtiga chiqqanidan so‘ng, Jovanni Medichi nomi bilan Belveder saroyiga yo‘lni ochib berdi. o‘sha vaqtlarda Belveder saroyi Yevropaning eng tabarruk qadamjolaridan hisoblanar edi. 1521-yilda Adrean IV papalikni qo‘lga olgandan so‘ng, Belveder antikvariyasi yopildi. U san’at bilan shug‘ullanishni gunoh deb hisoblar edi. haykallar yog‘och to‘siqlar bilan berkitib qo‘yildi. 1579-yilda gersog Franchesko Medichi studiolasi juda katta o‘zgarishlarga sabab bo‘ldi. Florensiyadagi Palatsso Vek-kio maydonida Djordjo Vazari boshchiligida bir guruh rassomlar va tarixchilar va falsafashunos Vinchenso Borgene loyihasi asosida o‘zgarishlar qildilar. Bu ko‘rgazmada allegorik obrazlardan keng foydalanilgan. Markazda Promiteyga kvars kristallini topshirishi kompozitsiyasi turadi. Devorlarni bir metr balandlikdagi rasmlar bezagan. Ularda tabiat boyliklari hamda tabiiy ofatlarni sujetlari bor edi. Devor oraliqlariga sakkizta haykallar qo‘yilgan edi. Franchesko II ning studiolasi gumanistik mashg‘ulotlar o‘tadigan xona sifatida ishlamay, san’at namunalari, har xil ajoyibotlar, taniqli rassomlar suratlari joylashtiriladi.

Bu rasmlarda hayvon va o‘simliklar aks ettiriladi. Qadimgi topilmalar va ajoyibotlar allegorik rasmlar orqasidagi devoriy shkaflarga joylashtiriladi. Bu studiola o‘zini har xil buyumlari hamda miniatyuralardagi olam nomi bilan yuritilgan. X-XV asrlarda bu studiola kutubxona va mashg‘ulotlar o‘tish xonasidan xazinaga aylanib qoladi. Bu studiolarni Renessans muzeyi emas, balki uni muzey muassasa deb atash mumkin edi. Chunki bu yerda nafaqat ko‘rgazmalar, balki mashg‘ulotlar o‘tkazilgan. studiola kichik hajmdagi xonalardan iborat bo‘lib, saroy zallardan keskin farq qilar edi. Undan faqat Franchesko I studiolasi omma uchun ishlatilmas edi. Bu studiola egasi va

FOR AUTHOR USE ONLY

uning yaqinlari uchun ishlar edi. Uyg‘onish davrida antik haykallar va ularning qismlari kolleksionerlikning asosi hisoblanar edi. Uffitsi galereyasi ilk tashkil qilingan paytda antik davr va zamonaviy haykaltaroshlik asarlarini joylashtirish uchun yaratilgan edi. Lekin bir necha yillardan so‘ngina mazkur to‘plam universal xarakterga ega bo‘ldi.

Uffitsi galereyasi konselyariyalar galereyasi ma’nosini bildirib, Florensiyada 1560 — 1581-yillarda qurilgan. hozirda bu Yevropadagi san’at asarlarini o‘zida saqlovchi muzey hisoblangan edi.

Uffitsi tarixi 1559-yil iyul oyida boshlandi. Bu vaqtda Florensiya qiroli kozimo Medichi ma’muriy xizmatchilarini bir saroyga to‘playdi. Ishni boshlash uchun saroyga Jorj Vazari taklif etildi. 1560-yilda Vazari o‘z ishini boshlaydi, lekin 1574-yilda Vazari vafot etadi va uning ishini Bernardo Buantalenti davom ettiradi.

1575-yilda Uffitsi binosida Medichi muzey tashkil etadi. Uffitsi galereyasi Florensiya markazida joylashgan bo‘lib, shimol tomondan bu bino Palasso Vekkio va Pyasso della sinoriya bilan va janub tomoni esa Ariyo daryosi bo‘ylariga chiqadi. “Uffitsi” so‘zining ma’nosi ofis so‘zidan kelib chiqqan. Kozimo II me’mor sifatida Jordjo Vazarini taklif qiladi. U Pyasso della sinoriya kvartalini buzib tashlab, buzilgan toshlarni qurulishda ishlatishni buyuradi va ish tez rivojlanadi, biroq kozimoga ham Vazariga ham bu binoni tugallash nasib etmaydi. Bino qurulishi 1580-yilda tugatiladi. Uffitsi binosi oval shaklida bo‘lib, tor fasad bilan daryoga chiqadi. Bu bino to‘liq mukammal bo‘lmagan bir necha qurilishlarni o‘z ichiga olgan, bular sarasiga san Petroil cherkovi va tangalar hovlisi kirib, bu yerda 1252-yilda birinchi oltin florinlar tayyorlangan edi. Uffitsining bezash ishlari bilan taniqli rassomlar Allori Besselri va Peronilar shug‘ullanishgan. Deylanse ravoqida osma bog‘lar tashkil etilgan va ikkinchi qavatida teatr bo‘lgan.

Uffitsi muzeyining san’at asarlari to‘plamlari asosan Medichi oila a’zolarining buyurtmalari va topilmalarini tashkil qiladi. Masalan, Ferdinando II Uffitsi galereyasining eng taniqli Venera haykalini va haykallar kolleksiyasini sotib olgan. shuningdek, o‘zining xazinasidan barcha buyumlarni olib kelgan. Ferdinanto II esa o‘ziga meros qolgan rasmlar kolleksiyasini bu yerga olib kelgan. kordinant Leopolda

FOR AUTHOR USE ONLY

ham muzey tashkil etishda ishtirok etib, o‘zining turli rassomlarning avtoportretlari va rasmlari kolleksiyasini olib keladi. 1737-yilda Medichilarning so‘nggi vakilini o‘limidan so‘ng, bu xazina Florensiya shahri ixtiyoriga o‘tadi.

Xususiy kolleksiya yig‘ish insoniyatning moddiy va ma’naviy merosini asrab-avaylash, uni kelajak avlodlarga yetkazish jarayonida muhim o‘rin tutadi. Dunyoviy xazinalar – bu tarixiy, madaniy, ilmiy va san’atga oid noyob buyumlar majmui bo‘lib, ular jamiyat taraqqiyoti, estetik didi va tafakkurini aks ettiradi. Xususiy kolleksiya yig‘ish esa alohida shaxslarning qiziqishlari, bilim darajasi va didiga asoslangan holda shakllanib, ko‘pincha katta madaniy boyliklarning saqlanishiga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, xususiy kolleksiyalar nafaqat shaxsiy ehtiyojlarni qondiradi, balki ko‘plab tarixiy va madaniy asarlarning yo‘qolib ketishining oldini oladi. To‘plangan kolleksiyalar keyinchalik muzeylar, ko‘rgazmalar yoki ilmiy tadqiqotlar uchun muhim manba vazifasini bajarishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, dunyoviy xazinalarni asrash va xususiy kolleksiya yig‘ish faoliyati jamiyatning madaniy rivojlanishiga, tarixiy merosni saqlashga va ilmiy bilimlarni boyitishga xizmat qiluvchi muhim omillardan biridir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. *“Dunyoviy xazina va xususiy kolleksiya’’ tushunchalarini ta’riflang va ular o‘rtasidagi farqlarni tushuntiring.*
2. *Xususiy kolleksiyalash qachon va qanday paydo bo‘lgan? Eng qadimgi ma’lum bo‘lgan xususiy kolleksiyalar haqida ma’lumot bering.*
3. *Uyg‘onish davrida Italiyada (Medichi oilasi) va 17-18-asrlarda Gollandiyada kolleksiyalash qanday farqlangan?*
4. *Muzeylar tashkil topishda xususiy kolleksiyalarning roli qanday bo‘ldi? Misollar bilan tushuntiring.*

5. *Xususiy kolleksiyalarning asosiy turlarini sanab, har birining o‘ziga xos xususiyatlarini tushuntiring.*
6. *Odamlar nima uchun kolleksiya yig‘adilar? Iqtisodiy, psixologik, madaniy va ijtimoiy motivlarni tahlil qiling.*

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Abduraxmanov, A. (2018). *Madaniy meros va muzeyshunoslik*. Toshkent: ‘Fan’ nashriyoti.
2. Karimov, N. (2020)**.** *San’atshunoslik asoslari*. Toshkent: O‘zbekiston Milliy Universiteti.
3. Hasanov, B. (2019). *Antikvar buyumlar va ularni baholash*. Samarqand: SamDU nashriyoti.
4. Rasulova, M. (2021). *Muzey eksponatlarini saqlash va qayta tiklash*. Buxoro: BuxDU.
5. Duncan, C. (1995). *Civilizing Rituals: Inside Public Art Museums*. London: Routledge.

FOR AUTHOR USE ONLY

5-MAVZU. JAHONNING YETAKCHI MUZEYLARI

Reja:

1. G‘arbiy Yevropa mamlakatlarining mashhur muzeylari.

2. AQSh va Rossiya muzeylari.

3. Osiyo mamlakatlari muzeylari.

5.1 G‘arbiy Yevropa mamlakatlarining mashhur muzeylari. Luvr muzeyi.

Luvr muzeyi (Musée du Louvre) dunyoning eng taniqli san’at muassasalaridan biri hisoblanib, Parij markazida, Sena daryosining o‘ng sohilidagi Rivoli ko‘chasida joylashgan. Muzey majmuasi Lyudovik XIV ning otliq haykali joylashgan maydondan boshlanadi.

Bino dastlab 1190-yilda qirol Filipp Avgust buyrug‘i bilan qal’a sifatida qurilgan. 1317-yilda qirol Karl V uni qarorgoh sifatida tanlagan. 1528-yilda qirol Fransisk I qal’ani buzdirib tashlatgan. 1546-yildan boshlab Genrix II va Karl IX hukmronligi davrida binoning yoniga yangi minoralar qo‘shilib, u dabdabali qirollik saroyiga aylantirilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

1594-yilda Genrix IV binoni Yekaterina Medichi tomonidan buyurtma qilingan Tyuilri saroyi bilan birlashtirishni maqsad qilgan. Saroyning to‘rtburchak shaklidagi hovlini me’morlar Lemerse va Lui Levo bezashgan. Qirollar Lyudovik XIII va Lyudovik XIV davrida majmua to‘rt marta kengaytirilgan. Unga bezak berishda Pus sen, Romanelli va Libren kabi taniqli rassomlar ishtirok etgan. 1667–1670 yillarda me’mor Klod Perro loyihasi asosida saroy hovlisiga ustunli kolonnada qurilgan. 1682-yilda qirolning Versal saroyiga ko‘chishi bilan binoni muzeyga aylantirish g‘oyasi paydo bo‘lgan.

Napoleon I davrida me’morlar Perse va Fonten Rivoli ko‘chasining shimolida qurilish ishlarini boshlagan va 1852-yilda Napoleon III hukmronligida bu ishlar yakunlangan. 1989-yilda me’mor Yo Ming Peining loyihasi asosida asosiy kirish joyida shisha piramida barpo etilgan. Muzey eshiklari birinchi marta 1793-yil 8-noyabrda jamoatchilik uchun ochilgan. Fransuz inqilobi davrida uni “Napoleon

muzeyi” deb atashgan. Muzeyning birinchi direktori baron Denon asosan qurol-aslaha, Misr va Yaqin Sharq arxeologik topilmalarini fondga kiritgan. Muzey kolleksiyalari dastlab Fransisk I va Lyudovik XIV ning to‘plagan gazlamaga ishlangan rasmlari bilan boyitilgan. Haykaltaroshlik asarlari asosan Fransiya milliy muzeyidan keltirilgan.

Eksponatlar quyidagi bo‘limlarda namoyish etiladi: Qadimgi Sharq, Qadimgi Misr, Qadimgi Yunoniston, Qadimgi Rim, shuningdek, Islom madaniyati, haykaltaroshlik, amaliy san’at buyumlari, rassomchilik va grafika. Sharq bo‘limidagi asarlar uch guruhga bo‘lingan:

- Movarounnahr (O‘rta Osiyo);
- Eron va Suriya;
- Falastin, Kipr va O‘rta yer dengizi mintaqasi.

Luvrning Islom san’ati va madaniyati bo‘limi 3 ming kvadrat metr maydonga ega bo‘lgan Viskonti zalida joylashgan. Bo‘limning tashkil etilishiga islom san’atining nodir va rang-barang namunalari sabab bo‘lgan. Muzeyga islom san’atiga oid dastlabki eksponatlar 1922-yilda olib kelingan. VII–XIX asrlarga oid 16 mingdan ortiq buyumning 2300 tasi namoyish etiladi. Ko‘rgazmadagi eng qimmatli eksponatlar orasida Qur’oni Karim qo‘lyozmalari va Arabiston yarim orolidagi qirollik saroylaridan olingan turli buyumlar mavjud.

FOR AUTHOR USE ONLY

Umuman olganda, Luvrda turli madaniyat va davrlarga mansub 300 mingdan ortiq asar saqlanadi, ulardan faqat 35 mingtasi doimiy ko‘rgazmalarda namoyish etiladi. Eksponatlar har uch oyda almashtirib turiladi.

Muzey maydoni bo‘yicha Luvr dunyoda uchinchi o‘rinda turadi. Uning umumiy maydoni 160 106 kvadrat metrni tashkil etib, ulardan 58 470 kvadrat metrida eksponatlar joylashgan. Tashrif buyuruvchilar soni bo‘yicha ham Luvr jahonda yetakchi hisoblanadi. 2017-yilda muzeyning Birlashgan Arab Amirliklarida filiali ochilgan.

Vatikan muzeylari majmuasi (italyancha Musei Vaticani). Vatikan muzeylari – Vatikan shahri va uning yaqinida joylashgan muzeylar majmuasidir. Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, ularning ochilgan sanasi 1506-yil deb hisoblanadi. Bu muzeylar dunyodagi eng mashhur tarixiy san’at asarlarini o‘zida saqlaydi. Dastlab

Papa qasri tarkibiga kirgan Vatikan muzeylari hozirda Vatikan hududidagi ko‘rgazma zallari tizimini tashkil etadi.

Muzey tarkibiga 54 ta galereya kiradi, bu uni dunyoning eng yirik muzey majmualaridan biriga aylantiradi. Vatikan muzeylari tarkibiga **Pinakoteka**, **Zamonaviy diniy san’at kolleksiyasi**, **Vatikan tarixiy muzeylari**, **Haykaltaroshlik muzeyi** va boshqa bo‘limlar kiradi. Ularda asrlar davomida Rim Papalari tomonidan to‘plangan dunyoning Uyg‘onish davri san’atiga oid klassik haykallar va nodir eksponatlar namoyish etiladi.

XVI asr boshlarida Vatikan muzeylari dastlab Papa Yuliy II (1503–1513) to‘plagan haykallar kolleksiyasi asosida shakllandi. Majmua turli Papa muzeylari va galereyalaridan iborat bo‘lib, asosan Papa Klement XIV va Piy VI homiyligida rivojlantirilgan. **Pio-Klementino muzeyi** nomi aynan shu ikki Papa sharafiga qo‘yilgan. Keyinchalik, Piy VII klassik tarixiy kolleksiyalarni kengaytirib, **Karomonti muzeyi** va **Brachcho Nuovo galereyasi**ni tarkibiga qo‘shdi. Shuningdek, u **Lapidariy galereyasida** saqlanadigan epigrafik (yozuvli) yodgorliklar to‘plamini ham boyitdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Rafael xonalari (Stanse di Raffaello) – Konstantin, Heliodor, Segnatura va Borgodagi Olov xonalaridan tashkil topgan bo‘lib, ular tarixiy va afsonaviy voqealarni aks ettiradi. Ignatsio Danti yaratgan Italiya topografik xaritalari **Xaritalar galereyasiga** o‘ziga xos joziba bag‘ishlaydi.

Bundan tashqari, Vatikan muzeylarida **Gregorian etrusklar muzeyi** (tosh haykallar va ieroglif yozuvlar), Hadrian villasiga oid **Kanobus** qayta qurilgan qismi, mumiyalar va Ossuriya saroylaridan kelgan bitiklar ham joy olgan.

Vatikan muzeylarining eng qimmatli durdonalaridan biri **Sikstin kapellasi** hisoblanadi. Muzeyning oxirgi qismida joylashgan bu ibodatxona 1508–1512 yillarda qurilgan. Uning mashhur shifti rang-barang naqshlar bilan bezatilgan bo‘lib, Eski va Yangi Ahd sahnalari, dunyo va gunoh tasvirlari bilan bezatilgan. Mikelanjelo tomonidan bezatilgan Sikstin kapellasi Vatikan shahridagi Papaning rasmiy qarorgohi – Apostol saroyida joylashgan.

Qadimgi San’at Milliy Galereyasi (Galleria Nazionale d’Arte Antica)

Italiyaning Rim shahri, Trevi rayonidagi Palazzo Barberini maydonida joylashgan badiiy galereyadir. Galereya ikki tarixiy binoni – Palazzo Barberini va Palazzo Corsini ni o‘z ichiga oladi. Palazzo Corsini XV asrda qurilgan, Palazzo Barberini esa XVII asrning birinchi yarmida barpo etilgan.

Galereyada Caravaggio ("Yudif va Olofem"), Hans Holbein, Rafael ("La Fornarina"), Nicolas Poussin, Tintoretto, Titian, Guido Reni, Peter Paul Rubens, Bartolomé Esteban Murillo kabi rassomlarning asarlari, shuningdek, qimmatbaho mebel, mayolika va chinni buyumlar namoyish etiladi. Galereyada, shuningdek, XVI–XIX asrlarda yashagan italyan ustalarining asarlarini o‘z ichiga olgan yirik to‘plam mavjud bo‘lib, u Papa Maffeo Barberini (Urban VIII) buyurtmasi asosida yaratilgan. Saroyning qurilishi (1627–1633) uchta taniqli me’mor – Carlo Maderno, uning jiyani Francesco Borromini va Giovanni Lorenzo Bernini tomonidan amalga oshirilgan.

Saroyning tashqi ko‘rinishi barokko uslubidan manerizmga yaqinroqdir. Urban VIII vafotidan so‘ng, saroy davlat g‘aznasiga o‘tkazildi, ammo 1653-yilda Barberini oilasiga qaytarildi. Galereya 34 zalni o‘z ichiga olib, ularda besh yuzga yaqin san’at asari joylashgan. Hozirda binoda Italiya Numizmatika Instituti ham faoliyat ko‘rsatadi. 1950-yilda inson huquqlari bo‘yicha Yevropa konvensiyasini imzolash aynan shu binoda bo‘lib o‘tdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Uffitsi galereyasi (Galleria degli Uffizi) Italiyaning Florensiya shahrida joylashgan bo‘lib, "Uffizi" so‘zi "idoralar" degan ma’noni anglatadi. Bu davlat rasm galereyasi dunyoning eng qadimiy va mashhur san’at muzeylaridan biri hisoblanadi. Uffizi 1575-yilda Florensiya gersogi Kozimo I de’ Medici buyrug‘i bilan tashkil etilgan va Mediciylar sulolasining shaxsiy kolleksiyasi asosida shakllangan.

Galereya XVI asrda Florensiya sudyalari uchun qurilgan Palazzo degli Uffizi binosida (1560–1585, me’morlar Giorgio Vasari va Bernardo Buontalenti) joylashgan. Kolleksiya turli manbalar orqali asta-sekin XV asrga oid qadimgi asarlar, qimmatbaho toshlar, medallar, tangalar va badiiy idishlar bilan boyitilgan. XVI–XVII asrlarda Mediciylarga tegishli bo‘lgan antik davr haykallari bilan to‘ldirilgan. Galereya 1769-yilda Buyuk Gersog Pyotr Leopold tomonidan keng jamoatchilik uchun ochilgan.

Eksponatlar xronologik tartibda ellikdan ortiq zalga joylashtirilgan. Uffizi XIII–

XVIII asrlar italyan rassomchiligining jahondagi eng boy to‘plamiga ega (Duccio, Giotto, Paolo Uccello, Piero della Francesca, Sandro Botticelli, Leonardo da Vinci, Rafael, Giorgione, Titian, Caravaggio va boshqalar). Bundan tashqari, galereyada antik san’at, fransuz, nemis, golland va flamand maktablarining nodir namunalari saqlanadi. Yevropa rassomlarining avtoportretlari kolleksiyasi alohida qimmatlidir. Uyg‘onish davri klassik asarlaridan olingan nusxalar va haykaltaroshlik namunalari o‘zining hashamdorligi bilan ajralib turadi. Kolleksiyada Sandro Botticelli tomonidan yaratilgan "Veneraning tug‘ilishi" asari ham mavjud.

Uffitsi galereyasiga har yili 1 milliondan ortiq tashrif buyuruvchi keladi. Galereya Florensiya va Toskana viloyatiga sayohat qiluvchi sayyohlar uchun shaharning eng diqqatga sazovor joylaridan biri hisoblanadi.

Napoli Milliy Arxeologiya Muzeyi (Museo Archeologico Nazionale di Napoli) Italiyaning janubidagi eng yirik arxeologik muzey hisoblanadi. Bino 1615-yilda qurilgan va 1777-yilgacha Neapol universiteti joylashgan. 1777-yilda qirol Ferdinand IV tashabbusi bilan me’mor Ferdinando Fuga tomonidan Burbonlar muzeyi va Qirollik kutubxonasini joylashtirish uchun binoning ichki qismi qayta loyihalashtirilgan va ta’mirlandi. Keyinchalik muzeyning o‘ng va chap qanotlari ikki qavatga kengaytirildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

1816-yilda Famaze oilasining qadimiy shaharlardagi qazishmalardan topilgan kolleksiyasi muzeyga keltirildi. XIX asr davomida muzey kolleksiyasi arxeologik topilmalar hisobiga bir necha marta boyitildi. 1860-yilda muzey davlat tasarrufiga o‘tkazilib, "Milliy muzey" deb nomlandi. 1957-yilgacha muzey rasm galereyasini ham o‘zida saqlagan, keyin bu asarlar yangi tashkil etilgan Capodimonte muzeyining asosini tashkil etdi. Shundan so‘ng, muzey faqat qadimgi artefaktlarni saqlashga ixtisoslashdi va "Milliy Arxeologiya muzeyi" deb qayta nomlandi.

Muzeyda Pompey, Gerkulanum va Stabiyadan topilgan noyob mozaika kolleksiyasi saqlanadi. Devoriy va pol mozaikalarining aksariyati miloddan avvalgi 79-yil – milodiy II asrlarga tegishli. Kolleksiyada Pompeydagi Favn uyi va "Aleksandr Makedonskiyning Doro bilan jangi" mozaikasi alohida diqqatga sazovordir. Muzeyning Misr bo‘limi ikkita shaxsiy kolleksiya – kardinal Stefano Borgia (XVIII asr) va Djuzeppe Picchianti (XIX asr) to‘plamlariga asoslanadi. 1842-yilda nemis

sayyohi Heinrich Schliemann sovg‘a qilgan Misr artefaktlari, shuningdek Pompeyda topilgan Misr uslubidagi ashyolar ham mavjud.

London Milliy Galereyasi (The National Gallery, London) – Trafalgar maydonida joylashgan bo‘lib, XIII–XX asr boshlariga oid 2000 dan ortiq G‘arbiy Yevropa san’at asarlarini o‘zida saqlaydi. Galereya rasmiy ravishda 1839-yil 9-aprelda ochilgan, lekin asos solingan sana 1824-yil may oyi deb ham hisoblanadi, chunki bu vaqtda Angershteyn kolleksiyasidan 38 ta rasm sotib olinib, kelajakdagi galereyaning asosi yaratilgan.

Dastlab asarlar Pell-Mell ko‘chasidagi 100-uyda namoyish etilgan. 1824-yil 2-aprelda parlament galereya uchun 57 000 funt sterling ajratdi. Keyinchalik George Beaumont tomonidan Kanaletto, Benjamin West va Rubensning asarlari qo‘shildi va kolleksiya 54 tasga yetdi. 1831-yilda kolleksioner William Holwell-Carr vasiyatiga binoan galereya Tintoretto, Titian, Andrea del Sarto va Rembrandtning asarlari bilan boyidi. Shu yilga kelib kolleksiya 105 tasga yetdi.

1831-yilda Trafalgar maydonida me’mor William Wilkins loyihasi bo‘yicha maxsus bino qurilishi boshlandi. 1836-yilda 114 ta asarni o‘z ichiga olgan ikki jildlik katalog nashr etildi. Galereyaning birinchi direktori rassom va san’atshunos Charles Eastlake tayinlandi. Uning 10 yillik rahbarligi davomida galereya 139 ta yangi asar bilan boyidi.

FOR AUTHOR USE ONLY

1847-yilda Robert Vernon tomonidan ingliz rassomlarining 156 ta asari sovg‘a qilindi. 1851-yilda J.M.W. Turner vasiyatiga binoan 300 ta rasm galereyaga o‘tdi. 1857-yilda Lombardi-Baldi kolleksiyasidan Duccio, Margarito d’Arezzo va Paolo Uccelloning asarlari qo‘shildi. 1876-yilda galereyaning sharqiy qanoti qurib bitkazildi. 1884-yilda Rafaelning "Madonna Ansidei" va Van Deykning "Karl I portreti" asarlari sotib olindi.

1991-yilda "Sainsbury qanoti" nomli yangi qanot qurildi, bu galereyaning umumiy maydonini 46 396 kvadrat metrga yetkazdi. Galereya nafaqat muzey, balki ilmiy markaz sifatida ham faoliyat yuritadi, unda ko‘rgazmalar, konferensiyalar, konsertlar va ma’ruzalar tashkil etiladi.

Britaniya muzeyi (The British Museum) – Buyuk Britaniyaning eng yirik

tarixiy-arxeologik muzeyi bo‘lib, Londonda, Bloomsbury hududida joylashgan. U Yevropadagi birinchi davlat muzeyi hisoblanadi. Muzey 1753-yilda uchta kolleksiya – shifokor Hans Sloane, graf Robert Harley va Robert Cottonning kutubxonasi asosida tashkil etilgan.

Muzey dastlab Montegue House binosida joylashgan va 1759-yilda jamoatchilikka ochilgan. Kolleksiyalar keyinchalik William Hamiltonning qadimiy vazalari, Charles Townleyning marmar haykallari va Grevillening mineral to‘plamlari bilan boyidi. 1814–1815 yillarda parlament lord Elgin tomonidan Parfenon haykallarini sotib oldi. 1823-yilda qirol George IV otasining kutubxonasini xalqqa topshirdi.

1857-yilda Robert Smirke tomonidan loyihalashtirilgan to‘rtburchak bino va aylana o‘qish zali qurildi. 1880-yillarda tarixiy kolleksiyalar Janubiy Kensingtondagi yangi binoga ko‘chirildi, keyinchalik u Tabiiy tarix muzeyiga aylantirildi.

1973-yilda muzey kutubxonasi Britaniya kutubxonasining tarkibiy qismiga aylandi. Britaniya muzeyida Qadimgi Misr, Ossuriya, Yunoniston, Rim, Yaponiya, Xitoy, Hindiston va Afrikadan kelgan ko‘plab artefaktlar, haykallar, o‘ymakorlik buyumlari, san’at asarlari va tangalar saqlanadi. Muhammad Jo‘qiy tomonidan ko‘chirilgan Firdavsiyning "Shohnoma"si (1440-yil), "Boburnoma"ning qo‘lyozmasi (XVI asr), Amudaryo xazinasi (1877-yilda topilgan) kabi noyob eksponatlar ham mavjud. Kutubxonada 7 milliondan ortiq kitob, 105 ming qo‘lyozma, 100 ming xartiya, 500 ming xarita va 3000 dan ortiq papirus saqlanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Drezden Badiiy Galereyasi (Gemäldegalerie Alte Meister) – nemis tilida "Keksa ustalar galereyasi" nomi bilan ham tanilgan rangtasvir asarlarining dunyodagi eng yirik to‘plamlaridan biridir. Galereya 1560-yilda kurfyurst Avgust Saksonskiy tomonidan saroy kolleksiyasi sifatida asos solingan, lekin uning fondi XVIII asr o‘rtalaridan boshlab sezilarli ravishda o‘sdi.

Avgust II va uning o‘g‘li Avgust III diplomatlar, savdogarlar va olimlar orqali yirik kolleksiyalarni sotib oldilar. 1745-yilda Rafaelning "Sikstin Madonnasi" asari sotib olindi. Galereya uchun maxsus bino 1847-yilda qurila boshlangan va 1855-yilda ochilgan.

Ikkinchi jahon urushi paytida muzey binosi vayron bo‘ldi va ko‘plab asarlar shikastlandi yoki yo‘qoldi. 1956-yilda muzey qayta tiklangan binoda ishga tushirildi. 1980-yillarda bino qayta ta’mirlandi va zamonaviy saqlash sharoitlari yaratildi.

Galereyada Jan van Eyck, Giorgione, Rafael, Titian, Correggio, Veronese, Albrecht Dürer, Peter Paul Rubens, Rembrandt, Diego Velázquez, Nicolas Poussin kabi rassomlarning asarlari, shuningdek XIX–XX asrlarning badiiy maktablar namoyandalari asarlari saqlanadi. Har yili galereyaga 2–3 million kishi tashrif buyuradi.

Metropoliten San’at Muzeyi (The Metropolitan Museum of Art) Nyu-Yorkdagi Markaziy bog‘ning sharqiy qismida joylashib, Qo‘shma Shtatlarning eng yirik va muhim san’at muzeyi hisoblanadi. Mahalliy aholi uni “Milliy xazina” va “Milliy faxr” deb ataydi. Muzey 1870-yilda bir guruh amerikalik tadbirkor va san’at homiylari tomonidan tashkil etilgan va 1872-yil 20-fevralda jamoatchilikka ochilgan.

Dastlabki deklaratsiyada muzeyning nafaqat rangtasvir va haykaltaroshlik, balki gravyura, fotosurat, me’morchilik modellari, tarixiy shaxslar portretlari va amaliy san’at namunalarini o‘zida saqlashi belgilangan edi. 1887-yilda Ketrin Lorillard Vulf vasiyatnomasiga binoan 143 ta zamonaviy rasm va mablag‘ qoldirdi; bu mablag‘ bilan Renuar, Goya, Delakrua va Donen asarlari sotib olindi. 1889-yilda Ervin Devis impressionistlar asarlarini, jumladan Manening “To‘tiqushli ayol” (1866) asarini sovg‘a qildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

XX asr boshlarida muzey rangtasvirning boy va xilma-xil kolleksiyasiga ega bo‘ldi. 1914-yilda Benjamin Altman vasiyatiga binoan Sharq gilamlari, Uyg‘onish davri haykallari, Xitoy chinnisi va Dyurer, Rembrandt, Titsian, Velaskes, Vermeer kabi ustalarning asarlaridan iborat to‘liq kolleksiya taqdim etildi. Muzey binosi bir necha marta kengaytirildi: 1888-yilda janubiy qanot, 1894-yilda shimoliy qanot, 1902-yilda esa neoklassik uslubdagi sharqiy bino qurildi.

Muzey kolleksiyasi turli xayriya va sotib olishlar orqali boyidi. 1917-yilda J.P. Morgan va uning o‘g‘li tomonidan besh mingdan ortiq asar topshirildi. 1929-yilda H.O. Havemeyerning bevasi tomonidan Manet, Degas, El Greko va Goya asarlari sovg‘a qilindi. G‘arbiy Yevropa san’ati bo‘limi Yevropadan tashqaridagi eng yirik to‘plam

hisoblanadi.

Muzeyda Qadimgi Misr, Yunon-Rim san'ati, Yaqin Sharq madaniyati, Islom san'ati (dunyodagi eng yirik to‘plamlardan biri), Uzoq Sharq san'ati (asosan Xitoy), Amerika, Afrika va Tinch okeani orollari madaniyatiga oid keng kolleksiyalar mavjud. 1938-yilda Klyo-ster binosi (o‘rta asr Yevropa san'ati uchun) ochildi. 1980-yilda XX asr Yevropa rangtasviri uchun 2400 kvadrat metrlik galereya qurildi. Muzeyda 3 milliondan ortiq asar saqlanadi, ulardan 700 mingtasi har yili vaqtincha ko‘rgazmalar uchun beriladi.

Rossiya Davlat Ermitaji (Gosudarstvenniy Ermitaj) Sankt-Peterburgda joylashgan dunyoning eng yirik badiiy va madaniy-tarixiy muzeylaridan biridir. U 1764-yilda Yekaterina II tomonidan Berlindan olib kelingan golland va flamand rassomlarining 225 ta asari asosida tashkil etilgan. Dastlab bu asarlar Qishki saroydagi maxsus xonada joylashtirilib, "Ermitaj" (fransuzcha: yolg‘izlik joyi) deb nomlangan.

Keyingi podshohlar ham kolleksiyani kengaytirishga hissa qo‘shdilar. 1852-yilda Yangi Ermitaj binosi ochildi. 1917-yil inqilobidan keyin Ermitaj xalq muzeyiga aylantirildi va Stroganov, Yusupov, Shuvalov kabi boy oilalarning kolleksiyalari uni boyitdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Hozirda Ermitaj beshta asosiy binoda joylashgan: Qishki saroy, Eski Ermitaj, Yangi Ermitaj, Kichik Ermitaj va Ermitaj teatr. 353 ta zalda yil davomida 20 dan ortiq ko‘chma ko‘rgazmalar o‘tkaziladi. Kolleksiya qadimgi tosh davridan zamonaviy davrgacha bo‘lgan 3 milliondan ortiq asarni o‘z ichiga oladi.

Ermitajning asosiy bo‘limlari: antik dunyo (qadimgi Yunon va Rim san'ati), Sharq san'ati (Misr, Mesopotamiya, Markaziy Osiyo), G‘arbiy Yevropa san'ati (Rafael, Leonardo da Vinchi, Rembrandt, Rubens, Van Deyk, Goya, Renuar, Matiss, Pikasso va boshqalar), rus madaniyati, numizmatika. Markaziy Osiyo bo‘limida Amir Temur davriga oid yodgorliklar, "Shohnoma" qo‘lyozmalari, O‘zbekiston hududidan topilgan arxeologik artefaktlar saqlanadi.

Rossiya Olmos fondi (Almazniy fond Rossii) 18-asrda Petr I ning davlat qimmatbaho buyumlarini saqlash to‘g‘risidagi farmoni bilan shakllangan. U dastlab podsho oilasining shaxsiy mulki edi, keyinchalik davlat g‘aznasiga o‘tkazildi. 1917-yil

inqilobidan keyin ashyolar Moskva Kremlga ko‘chirildi va 1967-yilda doimiy ko‘rgazma sifatida ochildi.

Fond ikki zalda joylashgan: birinchi zilda olmos, brilliant, marvarid va boshqa qimmatbaho toshlar, zamonaviy zargarlik buyumlari; ikkinchi zilda esa 18–19-asrlarga oid tarixiy buyumlar, jumladan tojlar, taxtlar va bezaklar namoyish etiladi. Eng mashhur eksponat – 1762-yilda fransuz zargari I. Pozje tomonidan yaratilgan imperator toji bo‘lib, unda 4926 ta brilliant va 398,72 karat og‘irlikdagi qizil shpinel toshi mavjud.

Davlat Tarix Muzeyi (Gosudarstvenniy istoricheskiy muzey) Moskvaning Qizil maydonida joylashgan Rossiyaning eng yirik tarix muzeyidir. U 1872-yilda tashkil etilgan va 1883-yilda ochilgan. Muzeyda arxeologik topilmalar, qadimgi qurollar, ikonalar, qo‘lyozmalar, tangalar va boshqa tarixiy yodgorliklar saqlanadi. Kolleksiya 5 millionga yaqin asar va 14 million hujjatni o‘z ichiga oladi.

Muzey binosi me’mor V. Shervud va muhandis A. Semenov tomonidan loyihalashtirilgan. 1986–2002 yillarda u qayta ta’mirlandi va zamonaviy talablarga moslashtirildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Tretyakov Davlat Galereyasi (Gosudarstvennaya Tretyakovskaya galereya) Moskvada joylashgan dunyoning eng yirik rus san’ati muzeyidir. U 1856-yilda savdogar Pavel Tretyakovning shaxsiy kolleksiyasi asosida tashkil etilgan. Galereya 1918-yilda davlat mulkiga aylantirilgan. Tretyakov Davlat Galereyasi Rossiyaning poytaxti Moskva shahrida joylashgan, rus san’ati bo‘yicha eng yirik muzeylardan biridir. Galereya rus rassomlarining noyob asarlarini saqlash bilan birga xalqaro miqyosda tan olingan madaniy muassasa hisoblanadi. Tretyakov Galereyasi xususiy tashabbus bilan tashkil etilgan bo‘lib, uning asoschisi Pavel Mikhailovich Tretyakov (1832–1898) edi. Tretyakovning maqsadi rus milliy san’atini rivojlantirish va uni keng jamoatchilikka yetkazish edi. 1856 yildan boshlab u rus rassomlarining eng yaxshi asarlarini sotib olib, shaxsiy kollektsiyasini shakllantirdi. 1892 yilda kollektsiya davlatga hadya qilinadi va galereya Davlat mulki sifatida keng jamoatchilik uchun ochiladi. Asosiy bino Lavrushinsky pereulokda joylashgan bo‘lib, XIX asr oxiri — XX asr boshida qurilgan. Binoda rus klassik va romantik arxitektura elementlari aks etadi.

1980-yillardan boshlab galereya yangi korpus va zamonaviy ekspozitsiya zallari bilan kengaytirilgan. Tretyakov Galereyasi rus milliy madaniyatining markaziy manbai hisoblanadi. Har yili yuz minglab sayyoh va san'at ixlosmandlari tashrif buyuradi. Galereya ilmiy tadqiqotlar olib boradi, pedagogik loyihalarni amalga oshiradi, xalqaro ko'rgazmalar tashkil qiladi va rus san'ati tarixini ommalashtiradi.

Asosiy bino Lavrushinsk ko'chasida joylashgan bo'lib, uning fasadini Viktor Vasnetsov loyihalashtirgan. Galereyada 11–20-asrlar rus ikona va rangtasvirining, shuningdek haykaltaroshlik va grafikaning nodir namunalari saqlanadi. Kolleksiyada 35 mingdan ortiq asar mavjud. 2003-yilda O'zbekiston Badiiy akademiyasi bilan hamkorlik shartnomasi imzolangan, galereyada O'zbekiston rassomlarining asarlari ham namoyish etilgan. Tretyakov Davlat Galereyasi nafaqat rus san'ati va madaniy merosni saqlash, balki xalqaro miqyosda madaniy va ilmiy aloqalarni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Pavel Tretyakovning tashabbusi zamonaviy Rossiya muzeychilik tizimining asosi bo'lib, rus san'ati tarixini o'rganish va ommalashtirishga xizmat qiladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

5.3 Osiyo mamlakatlari muzeylari.

"Osmon ibodatxonasi" (Tyantan) Pekin shahrining janubida, imperator saroyidan janubi-sharqda joylashgan aylana shaklidagi ibodatxona-saroy majmuasidir. Umumiy maydoni 267 gektarni tashkil etadi. Hududda ibodatxonadan tashqari keng bog', saroy va pavilyonlar mavjud. Majmua ikki qatorda aylanma devor bilan o'ralgan bo'lib, tashqi devor uzunligi 6625 metr, ichki devor uzunligi esa 5287 metrdir.

Ushbu shahar ramzi 1420-yilda Min sulolasi davrida qurilgan. Dastlab "Yer va Osmon ibodatxonasi" deb nomlangan, ammo 1530-yilda "Yer ibodatxonasi" alohida qurilgach, majmua faqat osmonga sig'inish uchun mo'ljallangan. Binoning janubiy qismi to'rtburchak, shimoliy qismi aylana shaklida bo'lib, Xitoy an'analariga ko'ra, aylana osmonni, to'rtburchak yerni ifodalaydi.

500 yil davomida har yili qishki quyosh turishi kuni imperatorlar ro'za tutib, osmon uchun qurbonliklar keltirish va mamlakat farovonligi uchun duo qilish

maqsadida Tyantanga tashrif buyurishgan. Faqat "Osmon o‘g‘li" – imperatorlar osmonga sig‘inish huquqiga ega bo‘lgan. Majmua asrlar davomida qayta qurilgan, ta’mirlangan va restavratsiya qilingan. 1998-yilda "Osmon ibodatxonasi" YUNESKOning Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan.

Matenadaran (Mesrop Mashtots nomidagi Qo‘lyozmalar instituti) – Yerevandagi jahonning eng yirik arman qo‘lyozmalarini saqlovchi va o‘rganuvchi ilmiy markaz hisoblanadi. "Matenadaran" so‘zi "qo‘lyozmalar saqlanadigan joy" degan ma’noni anglatadi. Institut 1920-yilda Echmiadzin monastiri qo‘lyozmalar kolleksiyasi asosida tashkil etilgan. Bu kolleksiya arman yozuvi va alifbosi asoschisi Mesrop Mashtots (taxminan 361–440) nomi bilan bog‘liq.

V asr tarixchisi Lazar Parpetsining ma’lumotlariga ko‘ra, Echmiadzin monastirida kitob ombori mavjud bo‘lgan. Kolleksiya 1892-yilda 3158 ta, 1913-yilda esa 4060 ta qo‘lyozmani tashkil etgan. 1939-yilda kolleksiya Echmiadzindan Yerevanga ko‘chirildi. Hozirgi bino 1959-yilda ochilgan.

Matenadaran kolleksiyasi Armaniston, Kavkaz, Yaqin va O‘rta Sharq xalqlari tarixi va madaniyatini o‘rganish uchun qimmatli manbadir. Unda matnshunoslik, paleografiya, o‘rta asr kitob san’ati va tarixshunoslik bo‘yicha tadqiqotlar olib boriladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey fondi 14 ta tematik zalga bo‘lingan. Hozirda Matenadaranda 119 mingdan ortiq hujjat saqlanadi, ularda rus, ivrit, lotin, arab, yunon, gruzin, hind, yapon, fors va boshqa tillarda yozilgan qo‘lyozmalar mavjud. Kolleksiyani boyitishda butun dunyo bo‘ylab yashovchi armanlar faol hissa qo‘shmoqda. Ekskursiyalar 9 ta xorijiy til (rus, ingliz, fransuz, ispan, italyan, nemis, portugal, arab va fors tillari)da olib boriladi. Matenadaran YUNESKOning Butunjahon merosi obyektlaridan biridir.

Giza piramidalari majmuasi (Giza pyramid complex) – dunyoning yetti mo‘jizasidan biri hisoblangan bu obidalar Qadimgi Misr fir’avnlari qabri ustiga qurilgan monumental inshootlardir. Piramidalar asosan tosh yoki loy g‘ishtdan qurilib, to‘rtburchak asosdan uchburchak shakldagi cho‘qqigacha qad ko‘taradi.

Qadimgi podsholik davridan boshlab fir’avnlar va zodagonlar "mastaba" deb atalgan to‘g‘ri to‘rtburchak qabrlarga dafn etilgan. Uchinchi sulola davrida (miloddan avvalgi XXVIII–XXVII asrlar) podsho qabrlari uchun tosh ishlatila boshlandi.

Dastlabki piramida Sakkarada me'mor Imxotep tomonidan fir'avn Zoser uchun qurilgan pog'onali piramidadir. Uning balandligi 60 metrni tashkil etadi.

Eng mashhur piramidalar Gizadagi uchta ulkan inshoot bo'lib, ular to'rtinchi sulola davridan (miloddan avvalgi XXVII–XXVI asrlar) qolgan. Eng kattasi – Xufu (Xeops) piramidasi dastlab asosi 230 metr, balandligi 146,6 metr bo'lgan, hozirgi balandligi 138,8 metrni tashkil etadi. Unda har biri o'rtacha 2,75 tonna og'irlikdagi 2,5 million dona tosh ishlatilgan. Keyingi ikki piramida Xefren (balandligi 143,9 metr) va Mikerin (balandligi 66,5 metr) tomonidan qurdirilgan. Giza piramidalari Pifagor uchburchagi nisbatida (3:4:5) joylashtirilgan.

Sfinks – Nil daryosining g'arbiy sohilida, Giza vodiysida joylashgan, odam boshli va sher tanali ulkan haykaldir. Uzunligi 72 metr, balandligi 20 metrni tashkil etadi. Yuzi fir'avn Xefren qiyofasida tasvirlangan. Sfinksning aniq qurilgan sanasi noma'lum, lekin ko'pchilik olimlar uni Xefren davriga bog'lashadi. "Sfinks" so'zi yunoncha "bo'g'uvchi" degan ma'noni anglatadi.

Qohira Misr muzeyi (Egyptian Museum) – dunyoning eng yirik qadimiy muzeylaridan biri bo'lib, Qadimgi Misr davriga oid 120 mingdan ortiq noyob yodgorlikni o'zida saqlaydi. Muzey 1825-yilda tashkil etilgan, ammo hozirgi binosi 1900-yilda fransuz me'mori Marsel Dyunon loyihasi asosida qurilgan va 1902-yil 15-noyabrda Tahrir maydonida ochilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey ikki qavatdan iborat: yerosti qavatida og'ir tobutlar, haykallar va tosh o'ymakorligi buyumlari; yuqori qavatda esa asbob-uskunalar, dafn marosimi buyumlari, kichik haykalchalar, papiruslar va Tutanxamon qabridan topilgan noyob yodgorliklar joylashgan. Kolleksiya Qadimgi, O'rta, Yangi va So'nggi podsholik davrlari, shuningdek qadimgi Yunon-Rim va Nubiya madaniyatini qamrab oladi.

Qohira Qibtiy muzeyi (The Coptic Museum) – qibtiy san'ati namunalarining dunyodagi eng boy to'plamiga ega muzeydir. 1908-yilda qibtiy Markus Simaykning shaxsiy kolleksiyasi asosida tashkil etilgan va 1910-yilda ochilgan. Muzey binosi o'zining eshiklari, derazalari va bezaklari bilan qibtiy madaniyatining namunasidir.

Muzeyda 1600 ga yaqin eksponat, jumladan to'qimachilik mahsulotlari, qo'lyozmalar, diniy va maishiy buyumlar saqlanadi. 29 ta zalda asosan III–XI asrlarga

oid qibtiy cherkovining gullagan davri namunalari namoyish etilgan. Muzey 2006-yilda qayta ta’mirlangan.

Mavzu bo‘yicha savollar va topshiriqlar

1. London Milliy galereyasidagi eng taniqli san’at asarlarini sanab o‘ting.
2. Britaniya muzeyida Markaziy Osiyo tarixiga oid qanday ashyoviy meros namunalari saqlanadi?
3. Rossiya Davlat Ermitaji kolleksiyasidagi eng mashhur eksponatlar haqida qanday ma’lumotlarni bilasiz?
4. Tretyakov galereyasida qaysi o‘zbekistonlik rassomlar ijodidan namunalar mavjud?
5. Giza piramidalari kompleksining qurilishi haqida Internet manbalari asosida ma’lumotlar tayyorlang.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi (1–12-jildlar). – Toshkent: O‘zME Davlat ilmiy nashriyoti, 2000–2006.
2. "Sharq va G‘arb: Islom dunyosi san’ati" ko‘rgazma katalogi. – Sankt-Peterburg: Davlat Ermitaji, 2011.
3. Baragamyon A. Jahonning buyuk muzeylari. – Moskva, 2011.
4. Luvr. Jahon muzeylari (3-jild). – Moskva, 2011.

FOR AUTHOR USE ONLY

6-MAVZU: YEVROPA MUZEYLARINING RIVOJLANISH TARIXI.

Reja

1. Yevropada muzeychilikning kelib chiqishi: qadimgi kolleksiyalar va diniy xazinalar an'analari.
2. Uyg'onish davri: san'at homiyligi, saroy kolleksiyalari va ilmiy to'plamlarning kengayishi.

3. Fransiyada muzeylarning rivojlanishi.

4. Zamonaviy Yevropa muzeylari: interaktiv texnologiyalar, ta'lim dasturlari va raqamlashtirish jarayonlari.

6.1. Yevropada muzeychilikning kelib chiqishi: qadimgi kolleksiyalar va diniy xazinalar an'analari.

FOR AUTHOR USE ONLY

Zamonaviy muzey – bu nafaqat o'tmishga qaratilgan deraza, balki kelajakni loyihalash stansiyasidir. Yevropa muzeylari jahon madaniy merosi, san'at, arxeologiya va ilm-fan taraqqiyotida muhim o'rin tutadi. Muzeychilikning shakllanishi qadimgi yunonlar davridan boshlab, o'rta asr cherkovlari, uyg'onish davri saroy kolleksiyalari, fransuz inqilobi davridagi davlat tasarrufiga o'tgan fondlar va zamonaviy muzeylarning interaktiv tizimlarigacha bo'lgan uzun tarixiy jarayonni o'z ichiga oladi. Muzeyning asoslari zamonaviy davrlarga borib taqaladi. Qadimgi Yunonistonda mushoyiralar, shoirlar va olimlar to'p, ilmiy faoliyat olib boriladigan markazlar mavjud bo'lib, sud eng mashhuri Iskandariya kutubxonasi qoshidagi Mouseion bo'lgan. Bu markazda qo'lyozmalar, ilmiy asarlar, kuchlilar, tabiiy to'plamlar jamlangan. Yevropada muzeychilikning shakllanishi uzoq tarixiy jarayon bo'lib, uning ildizlari qadimgi dunyo madaniyatlariga, xususan Yunoniston va Rim an'analariga borib taqaladi. "Muzeion" atamasi ilk bor qadimgi yunon muhitida uchrab, unda san'at, ilm-fan, falsafa bilan shug'ullanuvchi ziyolilar faoliyat yuritadigan maskan tushunilgan. Biroq muzey zamonaviy ma'noda eksponatlar to'plami, ularni saqlash va namoyish

etish markazi sifatida aynan Yevropada, o‘rta asrlar oxiri va Uyg‘onish davrida shakllana boshlagan.

Rim imperiyasida ham san’at asarlari, buyumlar va trofeylar saroylarda namoyish etildi. Rim zodagonlari o‘z villalarida haykallar, mozaikalar, bronza buyumlar va qadimiy artefaktlarni to‘plaganlar. Bunday xususiy kolleksiyalar Yevropa muzeychilik an’anasining ko‘rinishiga katta ta’sir ko‘rsatadi.

Yevropa muzeylarining shakllanishi va rivojlanish jarayoni insoniyat madaniyati, ilm-fan taraqqiyoti, estetik tushunchalarning evolyutsiyasi va jamiyatning san’at merosi hamda tarixiy xotiraga bo‘lgan munosabati bilan chambarchas bog‘liqdir.Muzeychilik g‘oyasi qadimiy an’analar bilan chambarchas tutashgan bo‘lib, u antik davrdagi buyumlar yig‘ilishi, o‘rta asrlardagi diniy xazinaxonalar, Uyg‘onish davri kollektsionerligi va Ma’rifatparvarlik davrida shakllangan ilmiy yondashuv asosida asta-sekin bugungi ko‘rinishiga ega bo‘lgan. Bu jarayon yuzlab yillar davom etgan murakkab ijtimoiy-madaniy transformatsiyalar natijasidir. Yevropa muzey tizimi bugungi kunda dunyodagi eng mukammal, eng boy va eng professional tarmoqlardan biri hisoblanadi. Uning tarixiy ildizlari antik davrlardayoq shakllana boshlagan bo‘lib, muzeychilikning dastlabki boshlang‘ich ko‘rinishlari qadimgi yunonlarning “mouseion” tushunchasiga borib taqaladi. Bu atama ma’budalar – muzalarga bag‘ishlangan ilmiy va madaniy markazni anglatgan. Qadimgi Iskandariyadagi mashhur Museyon ilk ilmiy markaz bo‘lib, qisman muzey vazifasini bajargan. Antik dunyodagi kollektsiyaga bo‘lgan qiziqish, ularni ilmiy maqsadda to‘plash va saqlash an’analari Yevropa madaniyatining keyingi bosqichlariga kuchli ta’sir o‘tkazgan.

O‘rta asrlarda Yevropa hududlarida muzeyga o‘xshash yig‘malar asosan monastirlar, cherkovlar, saroylar va qal’alarda mavjud bo‘lgan. Bu davrda diniy relikviyalar, qo‘lyozmalar, muqaddas buyumlar va hukmdorlarga tegishli ashyolar eng qimmatli kollektsiyalar qatoriga kirgan. Ularning saqlanishida, asosan, diniy va siyosiy ahamiyat ustuvor bo‘lib, eksponatlar xalq ommasi uchun emas, balki diniy rasm-rusum va saroy marosimlarida xizmat qilgan.

O‘rta asrlar Yevropasida esa meros saqlanishining asosiy markazlari cherkovlar va monastirlar bo‘lgan. Bu maskanlarda diniy relikviyalar, qadimiy qo‘lyozmalar,

FOR AUTHOR USE ONLY

muqaddas buyumlar, ikonalar va liturgik ashyolar ehtiyotlik bilan asralgan. Relikviyalarni ziyorat qilish an'anasining rivoji san'at buyumlarining ko'chirishga olib kelgan.O'rta asrlarda esa Yevropa muzeylari rivojlanishida cherkov va monastirlardagi xazinaxonalar muhim o'rin tutdi. Bu davrda buyumlar ko'proq diniy tabiatga ega bo'lib, ular muqaddas relikviyalar, qo'lyozmalar, ikonalar, ibodat uchun mo'ljallangan qimmatbaho buyumlar edi. Monastir kutubxonalari, diniy xazinaxonalar keyinchalik shakllanadigan muzeylar uchun bilim, saqlash va konservatsiya an'analarini ta'minlagan muhim maktab vazifasini bajardi. Shunga qaramay, o'rta asrlardagi kollektsiyalar jamoatchilik uchun ochiq bo'lmagan, ular ruhoniylar yoki yuqori tabaqa vakillarigina foydalanishi mumkin bo'lgan xususiy xazinalar edi.

6.2 Uyg'onish davri: san'at homiyligi, saroy kolleksiyalari va ilmiy to'plamlarning kengayishi.

Uyg'onish davri (XIV—XVI asrlar) nafaqat san'at va ilm-fanning qayta tirilishi, balki uning himoyachilari – homiylarning yangi konsepsiyasining paydo bo'lishi davri edi. Bu davrda san'at va bilim faqat ilohiy irodani ifodalash vositasi emas, balki inson, uning aqli, kashfiyotlari va dunyoviy shon-shuhratini nishonlashga xizmat qiladigan maydanga aylandi. Homiylik tizimining o'zgarishi, shaxsiy va davlat kolleksiyalarining shakllanishi bugungi kunda biz tushunadigan "san'at asari" va "ilmiy to'plam" tushunchalarining tag zaminini yaratdi. Muzeychilikning tizimli shakllanishi Uyg'onish davriga to'g'ri keladi. XV–XVI asrlarda Yevropada ilm-fan va san'atning tiklanishi natijasida turli buyumlar – san'at asarlari, qadimiy haykallar, nodir toshlar, hayvon namunalaridan iborat kolleksiyalar yaratila boshlandi. Bu jarayonni "kabinet kolleksiyalari", ya'ni "Kunstkamera" an'anasi deb atashadi. Bunday yig'malarni asosan hukmdorlar, boy savdogarlar va olimlar o'z uylarida shakllantirgan. Giovanni Medici, Lorenzo de' Medici, Rudolf II kabi hukmdorlarning kabinet kolleksiyalari keyinchalik yirik muzeylarning poydevoriga aylandi.

Uyg'onish davri Yevropa muzeychiligida tubdan yangi bosqichni boshlab berdi. XV–XVI asrlarda qadimiy merosga bo'lgan qayta qiziqish, san'at va ilm-fanning yuksalishi, shuningdek, gumanistik dunyoqarashning keng tarqalishi natijasida boy savdogarlar, hukmdor oilalari va zodagonlar nodir san'at asarlari, tabiiy-dunyoviy

FOR AUTHOR USE ONLY

qiziqishlar (hayvonot, o‘simlik va mineral namunalari), qadimiy tangalar, haykallar va Sharq hamda antik dunyodan kelgan turli buyumlarni to‘plashni avayladilar.Uyg‘onish davrida san’at homiyligi va kolleksiyalash nafaqat boylik namoyishi edi. Bu – o‘zgarayotgan dunyoqarashning material ifodasi edi**:** Individualizm (shaxsiy kolleksiya), dunyoni empirik o‘rganish (ilmiy to‘plam), antik merosga qaytish (haykallar to‘plash) va insonning olamdagi markaziy o‘rni (homiylarning o‘z portretlari va gerblari bilan san’at asarlariga kirishi).

Uyg‘onish kolleksiyalari bugungi kunning muzeylari, ilmiy institutlari va madaniy meros tushunchasining to‘g‘ridan-to‘g‘ri ildizidir. Ular bizga nafaqat go‘zal asarlarni, balki o‘sha davr odamlarining bilim va go‘zallikka bo‘lgan cheksiz intilishini meros qilib qoldirdi.

“Wunderkammer” yoki “qiziqishlar kabineti” deb atalgan kollektsiyalar muzeychilikning dastlabki shakli bo‘lib, unda dunyoning xilma-xilligi va noodatiyligi namoyish etilar edi. Bu kabinetchilik an’analari keyinchalik ilmiy klassifikatsiyaga ega bo‘lgan muzeylar paydo bo‘lishiga zamin yaratdi. XVII–XVIII asrlar Yevropada muzeychilik tarixida burilish davri bo‘ldi. Ilmiy ekspeditsiyalarning ko‘payishi, arxeologik qazishmalar, yangi geografik hududlarning o‘rganilishi kolleksiyalar hajmining keskin ortishiga sabab bo‘ldi. Ayniqsa, Angliya, Germaniya, Fransiya va Italiya saroylari nodir eksponatlar bilan to‘lib bordi. Bu yig‘malarni tizimga solish, tavsiflash va katalizatsiya qilish zarurati tug‘ildi, natijada muzeyshunoslikning dastlabki ilmiy tamoyillari shakllana boshladi. XVII–XVIII asrlarda Yevropada Ma’rifatparvarlik davrining boshlanishi muzeychilik tarixida tub burilish yasadi. Bu davrda ilmiy bilish, tajriba va kuzatish, mantiqiy tasniflash, tabiat qonuniyatlarini o‘rganish g‘oyalari keng tarqaldi. Shu davrda ilk ommaviy muzeylar paydo bo‘la boshladi. Yevropada ilm-fan inqilobi boshlangan bu davrda London Qirollik jamiyati, Parij Fanlar akademiyasi kabi muassasalar tashkil etildi. Universitetlar qoshida botanika, zoologiya, anatomiya kabinetlari vujudga keldi. 1683-yilda Oxford universitetida Ashmolean muzeyining ochilishi dunyodagi birinchi ommaviy ilmiy muzey sifatida e’tirof etiladi.Masalan, 1753-yilda tashkil etilgan British Museum jahon miqyosidagi eng qadimgi va eng yirik davlat muzeylaridan biri bo‘lib, u omma uchun

FOR AUTHOR USE ONLY

ochiq qilib qo‘yildi. 1793-yilda ochilgan Luvr esa qirollik kollektsiyasining xalq mulkiga aylanishi natijasida Yevropa musiysi rivojida beqiyos ahamiyatga ega bo‘ldi. Bu jarayon Yevropada muzeychilikni elitaga tegishli bo‘lgan hodisadan xalq madaniyatining ajralmas qismiga aylantirdi. XIX asr Yevropada muzeychilikning “oltin davri” sifatida tan olinadi. Bu davrda muzeylar faqat saroy va davlat muassasalari emas, balki ilmiy-tadqiqot va ta’lim markazlari sifatida shakllandi. Tabiiyot muzeylari, tarixiy muzeylar, san’at galereyalari, texnika muzeylari tashkil etildi. Bu davrda eksponatlarni ilmiy tasniflash, kataloglashtirish, saqlashning ilmiy usullarini ishlab chiqish bo‘yicha yirik ishlar amalga oshirildi. Muzey xodimlari – ko‘rator, restavrator, eksponatshunos, kataloglovchi kabi kasblar shakllandi.

XX asrning boshlaridan boshlab Yevropa muzeychiligida yangi tamoyillar – interaktiv yondashuv, ta’limiy faoliyat, ekspozitsiya dizayni va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish kengaydi. Muzeylar jamiyat hayotining ajralmas qismiga aylanib, nafaqat tarixiy boyliklarni saqlash, balki ta’lim berish, ilmiy tadqiqot olib borish va madaniy merosni keng jamoatchilikka yetkazish markazlariga aylandi.Yevropaning London, Parij, Berlin, Madrid, Rim va Venadagi yirik muzeylari bugungi kunda nafaqat tarixiy eksponatlar, balki zamonaviy o‘quv dasturlari, raqamli ekspozitsiyalar va interaktiv loyihalar bilan dunyo muzeychiligiga yo‘l-yo‘riq bermoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

XIX asr Yevropada millatlar davlat sifatida shakllanayotgan davr bo‘lib, muzeylar milliy o‘zlikni namoyish etish, davlat tarixini mustahkamlash, madaniy merosni targ‘ib qilishda faol ishtirok eta boshladi. Germaniya, Fransiya, Avstriya, Italiya, Ispaniya, Rossiya va boshqa davlatlarda tarixiy, arxeologik, san’at, tabiiy fanlar muzeylari tashkil etildi. Arxeologik ekspeditsiyalar, geologik izlanishlar, etnografik safarlar orqali to‘plangan buyumlar bilan muzeylar boyidi. Shu davrdan boshlab ilmiy kataloglar, tasniflash tizimlari, konservatsiya metodlari ishlab chiqila boshladi. XX asr muzeychilik tarixida modernizatsiya va professionalizatsiya davri sifatida kirgan. Muzeylar jamiyatning ijtimoiy-madaniy hayotida faol o‘rin egallay boshladi, zamonaviy arxitektura asosida qurilgan katta muzey majmualari paydo bo‘ldi. Ikkinchi jahon urushi yillarida ko‘plab muzeylar vayron bo‘ldi, ammo urushdan keyingi

tiklanish davrida ular yanada kengaytirildi va boyitildi. XX asr oxiriga kelib muzey pedagogikasi, interfaol ko‘rgazmalar, yoritish, restavratsiya va ekspozitsiya texnologiyalari yangi professional bosqichga ko‘tarildi.

6.3 Fransiyada muzeylarning rivojlanishi.

Fransiya Yevropadagi muzeychilik madaniyati shakllangan va rivojlangan eng muhim mamlakatlardan biri hisoblanadi. Ushbu muzey tarmog‘i nafaqat tarixiy merosni asrash, balki milliy identifikatsiyani shakllantirish, san’atni ommalashtirish hamda ilmiy izlanishlarni rivojlantirish bo‘yicha ham xalqaro ahamiyat kasb etadi. Fransiyada muzeylarning shakllanishi qadimgi davrlardan boshlab, ayniqsa, o‘rta asrlar, Uyg‘onish davri va yangi davrda keskin rivojlanish bosqichlarini boshdan kechirgan.

Fransiyada muzeychilikning dastlabki ko‘rinishlari qirollik saroylari, cherkovlar va zodagonlar xazinalarida saqlangan san’at asarlari va nodir buyumlar to‘plamlaridan kelib chiqqan. O‘rta asrlarda cherkovlar diniy relikviyalar, qo‘lyozmalar va san’at namunalarining asosiy saqlovchisi bo‘lgan. Uyg‘onish davridan boshlab zodagonlar va qirollik oilasi tomonidan nodir buyumlar va san’at kolleksiyalari shakllana boshladi. Ayniqsa, Fransiya qiroli Fransisk I (1494–1547) san’at homiysi sifatida Italiya Uyg‘onish davri ustalarining asarlarini yig‘ishga katta e’tibor qaratdi. Bu keyinchalik Fransiya qirollik kolleksiyalarining asosiy bazasiga aylandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Fransiya muzeylari rivojida eng muhim bosqichlardan biri — 1789-yilgi Fransuz inqilobi bo‘ldi. Qirollikka, aristokratiyaga tegishli bo‘lgan ko‘plab kolleksiyalar davlat tasarrufiga o‘tkazildi va xalq mulkiga aylandi. Shu davrda ommaviy muzeylar tushunchasi kengaydi, madaniy merosni xalqga taqdim etish g‘oyasi paydo bo‘ldi. Inqilobdan keyingi yillarda davlat san’at va tarixiy merosni saqlashni o‘zining muhim siyosiy vazifalaridan biriga aylantirdi.

Fransiyada eng birinchi va hozirda eng mashhur muzeylardan biri — Luvr muzeyi — aynan inqilob davrida, 1793-yilda omma uchun ochildi. Luvr dastlab qirollik qarorgohi bo‘lgan bo‘lsa-da, keyinchalik davlat muzeyiga aylantirildi. Bu muzeyning tashkil topishi butun Yevropada ommaviy muzeylar modeliga turtki berdi. Luvrning boy kolleksiyalari, jumladan antik davr san’ati, Uyg‘onish davri asarlari,

sharq san’ati namunalarining mavjudligi uning xalqaro obro‘sini yanada oshirdi.

XIX asr davomida Fransiyada ko‘plab yangi muzeylar tashkil etildi. 1825-yilda Versal saroyi davlat muzeyiga aylantirildi, 1889-yilda esa Parijdagi mashhur Orse stansiyasi binosi XX asr oxirida muzey sifatida qayta tashkil etildi. XIX asrning ikkinchi yarmida san’at akademiyalari va ilmiy jamiyatlarning faolligi muzeylar sonining ko‘payishiga, ularning ilmiy faoliyat bilan bog‘lanishiga xizmat qildi.

XX asrda Fransiya muzeychilik tizimi yangi bosqichga ko‘tarildi. Bu davrda muzeylar faqat eksponatlarni saqlash va namoyish etish bilan cheklanib qolmay, balki tadqiqot markazi, restavratsiya va konservatsiya laboratoriyalari, o‘quv markazlari sifatida shakllandi. Davlat tomonidan muzeylarni modernizatsiya qilish, ularni zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlash, saqlash sharoitlarini yaxshilash, ayniqsa, 1950–1980-yillar oralig‘ida kuchli rivojlandi.

XX asr oxirida va XXI asr boshlarida Fransiyada yangi tipdagi muzeylar paydo bo‘la boshladi. Jumladan, 1977-yilda Pompidu markazi ochildi. Bu nafaqat muzey, balki ko‘p funksiyali madaniy markaz bo‘lib, zamonaviy san’at, arxitektura va texnologiyalarning integratsiyasini taklif qiladi. Shuningdek, 2006-yilda Luvr Abu Dabi filiali tashkil etilib, Fransiyaning muzey brendi global miqyosga chiqdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Hozirgi kunda Fransiya dunyodagi eng yirik muzey tarmog‘iga ega mamlakatlardan biri hisoblanadi. Unda 1200 dan ortiq davlat va xususiy muzeylar faoliyat yuritadi. Muzeylar tarmog‘i turli yo‘nalishlarni qamrab oladi: san’at, tarix, arxeologiya, texnika, etnografiya, fan va tabiat muzeylari keng qamrovga ega. Muzeylar nafaqat tarixni saqlovchi maskanlar, balki ta’lim va madaniy siyosatning muhim qismi sifatida davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanadi.

Fransiya muzeylarida pedagogik faoliyat yuqori darajada yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, ular maktablar, oliy o‘quv yurtlari bilan hamkorlik qilishadi. Interaktiv dasturlar, multimedia texnologiyalari va virtual ekskursiyalar orqali muzeylarga bo‘lgan qiziqish yana-da ortmoqda. Muzeylar jamiyatning madaniy savodxonligini oshirish, san’atni ommalashtirish va tarixiy merosni avlodlarga yetkazishda katta rol o‘ynaydi.

Xulosa qilib aytganda, Fransiyada muzeylarning rivojlanishi ko‘p asrlik jarayon

bo‘lib, u qirollik kolleksiyalaridan boshlangan, inqilob davrida ommaviy tus olgan va zamonaviy davrda global madaniy markazlar tizimiga aylangan. Fransiya muzeychilik an’analari bugungi kunda butun dunyoda namunaviy tizim sifatida e’tirof etiladi.

6.4 Zamonaviy Yevropa muzeylari: interaktiv texnologiyalar, ta’lim dasturlari va raqamlashtirish jarayonlari.

XXI asrda Yevropa muzeylari raqamli texnologiyalar asosida tubdan o‘zgardi. Virtual ko‘rgazmalar, 3D rekonstruksiyalar, QR-kodli gidlar, sun’iy intellekt asosidagi taqdimotlar, onlayn arxivlar, raqamlashtirilgan kataloglar muzeylarni butun dunyo auditoriyasi uchun ochiq qildi. Bugun Yevropa muzeylari faqat saqlovchi va ko‘rsatuvchi muassasa emas, balki tadqiqot markazlari, innovatsion ta’lim platformalari, madaniy diplomatiya vositalari sifatida faoliyat yuritmoqda. Yevropa muzeychiligida yuz bergan bu uzoq tarixiy jarayonlar uning bugungi darajasini belgilab berdi. Muzeylar nafaqat san’at yoki tarixni namoyish etuvchi joylar, balki insoniyat bilimi, madaniy meros va umuminsoniy xotiraning uyushgan saqlovchisi sifatida ham muhim tarixiy vazifani bajaradi. Antik davr Yevropa madaniy taraqqiyotining eng erta bosqichlaridan biri bo‘lib, muzeychilikning shakllanishiga asos bo‘lgan kollektsionerlik an’analari aynan shu davrda paydo bo‘lgan. Bu davrda kolleksiya yig‘ish jarayoni hali muzey tushunchasiga ega bo‘lmagan bo‘lsa-da, amaliyotning asosiy mohiyati — nodir buyumlarni to‘plash, ularni saqlash va ularga estetik yoki diniy qiymat berish — keyinchalik muzeylar shakllanishida muhim rol o‘ynadi. Antik davrdagi kollektsionerlik jamiyatning ijtimoiy tuzilishi, diniy e’tiqodlari, siyosiy tizimi va ilmiy fikr rivoji bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan murakkab jarayondir. Kollektsionerlikning eng qadimgi ko‘rinishlari dastlab qadimgi Yunonistonda kuzatilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Yunon polislarida ma’budlarga bag‘ishlanadigan muqaddas buyumlar, san’at asarlari va yodgorliklar ibodatxonalarda saqlanar edi. Bu buyumlar shunchaki diniy ramz bo‘lib qolmasdan, polisning siyosiy qudrati, boyligi va madaniy darajasining ko‘rsatkichiga aylangan. Masalan, Delfi ibodatxonasi yoki Afina Akropolida

jamlangan yodgorliklar polislar o‘rtasidagi raqobatning bir ko‘rinishiga aylangan. Har bir polis muqaddas joylarda o‘zining eng noyob, eng bezakli asarlarini namoyish qilgan. Bu jarayon keyinchalik muzey ekspozitsiyalarining dastlabki prototipi sifatida talqin qilinadi. Antik davrning yirik shaxsiy kollektsionerlari ham madaniyat tarixida alohida o‘rin egallaydi. Ayniqsa, falsafachilar, astronomlar va tabiiy fan vakillari tomonidan nodir toshlar, o‘simliklar, hayvonlarning skeletlari, qadimiy buyumlar yig‘ilishi ko‘p uchragan. Aflotun Akademiyasida va Aristotelning Likeyida to‘plangan buyumlar ko‘proq ilmiy maqsadlarda, obyektiv dunyoni o‘rganish uchun xizmat qilgan. Aristotelning o‘simlik va hayvonotdagi turlanishlar asosida qilgan tadqiqotlari ana shu ilk ilmiy kolleksiyalarga tayanadi. Bu jarayon Yevropada tabiiy-ilmiy muzeylarning shakllanishiga poydevor yaratdi. Qadimgi Rim davriga kelib, kollektsionerlik yanada keng qamrovli jarayonga aylandi. Rimliklar yunon san’atiga juda katta qiziqish bildirgan va ko‘plab yunon haykallari, freskalari, sopol buyumlarini Rimga olib kelib, o‘zlarining xususiy saroylarida saqlaganlar. Rim aristokratiyasi orasida kollektsionerlik boylik va siyosiy mavqening ramzi hisoblangan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mashhur sarkarda Pompey hamda imperator Avgustning saroylarida to‘plangan san’at asarlari antik dunyodagi eng katta kolleksiyalar qatorida turadi. Bu jarayon kollektsionerlikning davlat va siyosat bilan bog‘lanib ketganini ko‘rsatadi. Ko‘plab yirik kolleksiyalar Rim istilolari natijasida qo‘lga kiritilgan o‘lja san’at asarlaridan iborat bo‘lgan bo‘lsa-da, ularning keyingi avlodlarga ta’siri nihoyatda katta bo‘ldi. Mavjud ma’lumotlarga ko‘ra, antik davrdagi kollektsionerlikning muhim xususiyati shundaki, to‘plangan buyumlar ko‘pincha maxsus ajratilgan xonalar yoki galereyalarda saqlangan. Ba’zi yunon ibodatxonalarida “trezors” — ya’ni maxsus saqlash xonalariga ega bo‘lgan. Rimda esa “lararium” deb atalgan oilaviy muqaddas joylarda avlodlar merosini saqlash odati mavjud edi. Bu makonlarning barchasi keyinchalik muzeylarning fond saqlovxonalariga o‘xshash funksiyalarni bajaradi. Antik davr kollektsionerligining madaniy ahamiyati nihoyatda kattadir. Avvalo, bu an’ana insoniyatning o‘tmishga bo‘lgan qiziqishi, estetik didi va ilmiy tafakkurining shakllanishida muhim rol o‘ynadi. Ikkinchidan, kollektsionerlik jamiyatning madaniy

identitetini ifodalash, tarixiy xotirani avloddan avlodga yetkazish vositasiga aylandi. Uchinchidan, antik kolleksiyalarni saqlash, tasniflash va ulardan foydalanish bo‘yicha shakllangan amaliyot muzeychilikning ilk metodologik asoslarini yaratdi. Shuni ta’kidlash lozimki, antik davrdagi kollektsionerlik jarayonlari Yevropada muzeylar paydo bo‘lishini bevosita ta’minlagan. Keyinchalik ellinizm davridagi Aleksandriya kutubxonasi va Musayon kabi ilmiy markazlar — aslida kolleksiya to‘plash, saqlash va ilmiy tadqiqot olib borish an’analarining davomi bo‘ldi. Rim imperiyasining inqirozidan so‘ng bu an’analar vaqtincha susaygan bo‘lsa-da, keyinchalik Uyg‘onish davrida aynan antik kolleksionerlik merosi qayta tiklanib, zamonaviy Yevropa muzeylari shakllanishiga kuchli turtki berdi.

O‘rta asrlar Yevropasida kollektsionerlik va buyumlarni saqlash madaniyati avvalgi antik an’analar bilan uzviy bog‘liq bo‘lsa-da, mazmunan mutlaqo yangi yo‘nalishda rivojlandi. Antik jamiyatning dunyoviy kolleksiyalari o‘rnini endi diniy tabarruklar, avliyo qoldiqlari, qo‘lyozmalar, marosim buyumlari va cherkov san’atiga mansub yodgorliklar egalladi. Bu davrda kollektsionerlik faoliyati asosan cherkovlar, soborlar va monastirlar qo‘lida bo‘lib, ular Bugungi muzeylarning bevosita tarixiy ajdodlari sifatida qaraladi. Aynan o‘rta asr monastir xazinaxonalari Yevropada muzeychilikning yangi bosqichiga asos yaratgan muhim madaniy institutlar edi. O‘rta asr Yevropasida cherkovlar diniy markaz bo‘lish bilan birga madaniy, ilmiy va siyosiy hayot markazi vazifasini bajargan. Cherkovlarning asosiy boyligi — relikviyalar, ya’ni avliyolar suyaklari, kiyimlari, diniy marosimlarda ishlatilgan muqaddas buyumlar bo‘lib, ular o‘zida diniy kuch, mo‘’jizaviy baraka va ilohiy himoya mujassam deb hisoblangan. Har bir yirik cherkov relikviyalar soni va ularning muqaddaslik darajasi bilan faxrlangan. Bu holat kolleksiyalarning shakllanishiga turtki bo‘lgani kabi, cherkovlar o‘rtasida o‘ziga xos raqobatni ham vujudga keltirdi. Monastirlar esa O‘rta asr ilm-fanining eng asosiy markazlari bo‘lgan. Bu maskanlarda qo‘lyozmalar ko‘chirilib, saqlanib, tasniflanib, avlodlarga yetkazilgan. Monastir kutubxonalari Yevropaning eng qadim ilmiy merosini saqlab qolgan muassasalar bo‘lib, antik davr falsafasi, matematika va tabiiy fanlarga oid asarlar ham aynan shu muhitda himoya

FOR AUTHOR USE ONLY

qilindi. Benedikt monastirlari, Kluni ordeni, Citeaux kabi diniy uylarda yuzlab, ba’zan minglab qo‘lyozmalar jamlangan bo‘lib, ularning har biri noyob madaniy boylik edi. Bu qo‘lyozmalar keyinchalik Yevropa muzeylarining qo‘lyozmalar bo‘limi tarkibiga asos bo‘ldi. Monastir xazinaxonalari o‘ziga xos tizimga ega bo‘lgan. Bu xazinaxonalarda oltin va kumushdan ishlangan marosim idishlari, qadimiy misollar, injillar, avliyo haykalchalari, miniatyuralar, diniy liboslar, tosh o‘ymakorligi namunalari, shuningdek, diplomatik aloqalarda berilgan sovg‘alar saqlangan. Buyumlarni saqlash jarayonida maxsus qutilar, sandiqlar, yog‘och tokchalar va temirdan ishlangan qafaslar qo‘llanilgan. Ular o‘z davrining “fond saqlovxonasi” bo‘lib, buyumlarning har biri ro‘yxatga olingan, ularning kelib chiqish tarixi, kim tomonidan berilgani, qanday marosimlarda qo‘llangani maxsus daftar va inventar yozuvlarida qayd etilgan.

O‘rta asr kolleksiyalarining eng muhim jihatlaridan biri — relikviyalar kultining keng tarqalganligidir. Avliyolarga tegishli suyaklar, kiyim bo‘laklari, hatto ularning hayoti bilan bog‘liq bo‘lgan kundalik buyumlar ham muqaddas sanalgan. Bu buyumlar nafaqat diniy ehtiyoj uchun, balki iqtisodiy va siyosiy maqsadlarda ham muhim ahamiyatga ega bo‘lgan. Muqaddas buyumlar mavjud cherkovga ziyoratchilar oqib kelishi natijasida bu maskanlar iqtisodiy kuchga ega bo‘lgan, shuningdek, ularning obro‘si ham oshgan. Ko‘plab shaharlarda yirik relikviyaga ega bo‘lish ma’lum darajada siyosiy ustunlikni bildirgan. Masalan, Sankt-Deni sobori, Keln sobori yoki Santiago-de-Kompostela kabi markazlar Yevropa bo‘ylab o‘zining noyob relikviyalari bilan mashhur bo‘lgan. O‘rta asrlar xazinaxonalari san’at taraqqiyoti uchun ham ulkan ahamiyatga ega edi. Chiroyli bezatilgan injillar, miniatyuralar, mozaikalar, emal buyumlar, liturgik asarlar san’atkorlar uchun ilhom manbai bo‘lgan. Ular nafaqat diniy maqsadda, balki estetik baho uchun ham yaratilgan. Shuning uchun monastir xazinaxonalari o‘z davrining san’at galereyalari maqomida edi. Har bir buyum diniy-ramziy ma’noga ega bo‘lish bilan birga, o‘ziga xos san’at maktabi an’analarini ham aks ettirgan. Xazinaxonalarda buyumlarni tartib bilan joylashtirish, ularni tasniflash va ro‘yxatga olish odati ham o‘ziga xos muzeychilik tajribasini shakllantirgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ayniqsa, XII–XIII asrlardan boshlab inventar kitoblarining tuzilishi, buyumlarning kelib chiqish tarixini yozish, ularni turli toifalarga ajratish ilmiy asosga ega bo‘lgan jarayonga aylandi. Bu usullar keyinchalik Yevropa muzeylari kataloglashtirish tizimining poydevoriga aylandi. Shuni ta’kidlash lozimki, o‘rta asrlar davomida kollektsiyalar asosan diniy xarakterga ega bo‘lsa-da, ular Yevropa madaniyatida tarixiy xotiraning saqlanishi, merosning avlodlardan avlodlarga yetkazilishi va bilimlarning jamlanishida hal qiluvchi rol o‘ynadi. Antik davrdagi ilmiy kollektsiyalar singari, o‘rta asr cherkov va monastir xazinaxonalari ham zamonaviy muzeychilikning shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatdi. Aynan shu xazinaxonalarda saqlangan qo‘lyozmalar, relikviyalar va san’at buyumlari Uyg‘onish davri olimlari tomonidan kashf etilib, muzeylar tashkil etilishiga kuchli turtki berdi. Natijada o‘rta asr xazinaxonalari Yevropa muzeychilik tarixida o‘zgarmas iz qoldirgan muhim madaniy institutlar sifatida qaraladi. Ular orqali insoniyatning diniy dunyoqarashi, san’at didi, ilmiy merosi va tarixiy xotirasi davomiylik kasb etdi. Uyg‘onish davri Yevropa tarixida nafaqat san’at va adabiyotning qayta tiklanishi, balki ilmning yangicha talqin qilinishi, inson tafakkurining ozod bo‘lishi va tabiiy dunyoni bilishga bo‘lgan qiziqishning kuchayishi bilan ham alohida ahamiyatga ega bo‘lgan davrdir. Bu jarayonlar muzeyshunoslikning shakllanishida tub burilish yasadi. Renessansning asosiy g‘oyasi — insonning bilishga bo‘lgan cheksiz intilishini e’tirof etish — to‘plamlar va kolleksiyalarni tartibli, maqsadli hamda ilmiy asosda tuzish zaruratini yuzaga keltirdi. Agar antik davr kollektsionerligi boylik, mavqe yoki estetik did ifodasi bo‘lgan bo‘lsa, Renessans davrida kollektsiyalar ilmiy tadqiqot, tajriba va kuzatishlar uchun muhim manbaga aylandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Renessansning ilk markazlaridan bo‘lgan Italiyada kollektsionerlik madaniy an’anaga aylana bordi. Milan, Venetsiya, Rim, Florensiya kabi shaharlarda san’at himoyachilari, humanistlar, olimlar va hukmdorlar o‘z saroylarida turli ilmiy predmetlar, qadimiy yodgorliklar, tabiiy namunalardan iborat xonalar tashkil eta boshladilar. Aynan shu davrda “*studiolo*” — ya’ni o‘z egasining ilmiy izlanishlari uchun mo‘ljallangan maxsus xonalar paydo bo‘ldi. Bu xonalar shunchaki to‘plam emas,

balki ilmiy laboratoriya vazifasini ham bajargan. Odam suyaklari, minerallar, qadimiy qo‘lyozmalar, misollar, xaritalar, hayvon skeletlari, numizmatika va san’at asarlari kabi turli predmetlar bitta makonda jamlanib, ular ustida taqqoslash, o‘rganish va tahlil qilish ishlari olib borilgan. Bu davrda kollektsionerlikning ilmiylashuvi bir nechta omillar bilan izohlanadi. Avvalo, qadimgi yunon va rim mualliflarining merosi qayta o‘rganildi. Pliniy Kattolik, Gippokrat, Aristotel, Strabon kabi olimlarning asarlari lotin va yunon tillaridan tarjima qilinib, olimlar orasida keng tarqaldi. Ayniqsa, Aristotelning tabiiy fanlarga oid asarlari o‘rganilishi natijasida tabiiy tarix (natural history) kolleksiyalarga bo‘lgan qiziqish keskin oshdi. Endilikda tabiiy dunyo san’at asarlari bilan teng ilmiy qimmatga ega bo‘la boshladi. Kollektsiya egalari buyumlarning tasnifi, kelib chiqishi, xususiyati va ilmiy qiymatini aniqlashga harakat qildilar. Renessans davri kollektsionerligining eng muhim jihatlaridan biri — “*Kunstkammer*” va “*Wunderkammer*” (mo‘jizalar xonasi) tushunchalarining shakllanishidir. Bu xonalar Yevropaning ko‘plab saroy va zodagonlar uylarida uchragan. Ularda tabiat mo‘jizalari, noodatiy hayvonlar, ekzotik o‘simliklar, geologik namunalar, qadimiy tangalar, sharqiy buyumlar, matematik asboblar, geografik globuslar, astronomik qurilmalar va san’at asarlari bir joyda saqlangan. Bu esa, bir tomondan, dunyo haqidagi ilmiy tasavvurni kengaytirgan bo‘lsa, ikkinchi tomondan, bugungi muzeylarning ilk prototiplari sifatida xizmat qilgan. Aynan “mo‘jizalar kabineti”lar keyinchalik tabiiy tarix muzeylari, san’at muzeylari va etnografik muzeylarning shakllanishiga asos soldi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Uyg‘onish davrining qudratli sulolalari — Medichilar, Gabsburglar, Viscontilar, Este hukmdorlari va boshqa ko‘plab aristokratik oilalar ilmiy asosda to‘planayotgan kollektsiyalarning homiysi bo‘ldilar. Masalan, Florensiyadagi Medichi oilasining kollektsiyasi keyinchalik Yevropaning mashhur muzeylaridan biri — Uffizi galereyasining shakllanishiga sabab bo‘ldi. Bu oilaning vakillari san’at asarlari bilan bir qatorda minerallar, ilmiy asboblar, qadimiy qo‘lyozmalar, geologik namunalar va anatomik modellarni ham yig‘ganlar. Bunday kollektsiyalar davlat xazinasi yoki diniy muassasalar tasarrufidan tashqariga chiqib, asta-sekin ilmiy-intellektual elitaning

shaxsiy boyligi sifatida shakllandi. Renessans davrida kollektsionerlikning bilimga asoslanishi yana bir muhim omil bilan bog‘liq edi: geografik kashfiyotlar. XV–XVI asrlarda Yevropa olimlari yangi qit’alar, yangi xalqlar va yangi tabiat turlariga duch keldilar. Katta geografik kashfiyotlar natijasida okean orti hududlaridan Yevropaga millionlab turli buyumlar, hayvon terilari, qurollar, xalq hunarmandchiligi namunalari, o‘simliklar, hatto tirik ekzotik hayvonlar keltirildi. Bu jarayon Yevropaning turli shaharlarida tabiiy fanlar va etnografiya bo‘yicha boy kollektsiyalar paydo bo‘lishiga sabab bo‘ldi. Kollektsiyalar endilikda shunchaki estetik zavq emas, balki yangi dunyo haqidagi konseptual bilimlarning shakllanishi uchun manba edi. Uyg‘onish davri ilmiy ruhining kuchayishi natijasida kollektsiyalarni tartibga solish, tasniflash va kataloglashtirish an’analari shakllandi. Predmetlarning tasnifi ularning shakli, funksiyasi, materiali, kelib chiqishi, tarixiy davri va geografik joylashuviga qarab amalga oshirildi. Bu esa muzeyshunoslikdagi ilmiy yondashuvning eng dastlabki shakllaridan biri bo‘lib, keyinchalik tabiiy tarix va arxeologiya fanlarining rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatdi. Renessans kollektsionerligi Yevropada ilm-fan, san’at va tafakkur uyg‘onishining mahsuli bo‘lish bilan birga, muzeylarning keyingi bosqichda shakllanishi uchun nazariy, amaliy va institutsional poydevor yaratdi. U bu davrda buyumlar shunchaki jamlanmay, balki ular o‘rganiladigan, tahlil qilinadigan va tafakkurga ta’sir etadigan ilmiy obyekt sifatida qaralganini ko‘rsatadi. Aynan shu sababdan Uyg‘onish davri muzeyshunoslik tarixida kollektsiyalarni ilmiy asosda to‘plashning boshlanish bosqichi sifatida alohida o‘rin egallaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Yevropada muzeychilikning kelib chiqishi uzoq tarixiy jarayonlar natijasida shakllangan bo‘lib, uning rivojlanishida antik davr an’analari, Uyg‘onish davri kolleksionerlik madaniyati, XVIII–XIX asrlardagi jamoatchilikka ochiq muzeylar harakati va zamonaviy ilmiy yondashuvlar muhim rol o‘ynadi. Bugungi kunda Yevropa muzeylari jahon madaniy merosini saqlash va targ‘ib etishda yetakchi o‘rinlardan birini egallaydi. Yevropa muzeylari ko‘p asrlik tarixga ega bo‘lib, dunyo madaniy merosini asrashda yetakchi o‘rin tutadi. Ularning shakllanishi qadimgi davrlardan boshlab, o‘rta asrlar, uyg‘onish davri, industrial davr, modernizatsiya va

raqamlashtirish bosqichlarida uzluksiz rivojlanib kelmoqda. Bugungi kunda muzeylar nafaqat san'at asarlarini namoyish etuvchi markaz, balki ilmiy izlanishlar, ta'limiy dasturlar, global madaniy muloqot maydonidir.

XXI asrda Yevropa muzeylari an'anaviy 'saqlash va ko'rsatish' institutidan dinamik, interaktiv va inklyuziv madaniy-tahliliy markazlarga aylanmoqda. Ular endi nafaqat artefaktlar saqlanadigan joy, balki ijtimoiy dialog, innovatsion ta'lim va texnologik tajriba maydonidir. Ushbu ma'ruza zamonaviy Yevropa muzeylarining uchta asosiy yo'nalishi bo'yicha chuqur tahlil qiladi. Muvaffaqiyatli zamonaviy muzey – bu texnologiya va insoniyat, an'ana va innovatsiya, saqlash va yaratish o'rtasidagi nozik muvozanatni topgan institutdir. Yevropa muzeylari bugun nafaqat madaniy merosimizni saqlayotgan, balki kelajak madaniyatini shakllantiruvchi laboratoriyalarga aylanmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro'yxati:

1. Bazin, G. "The Museum Age". New York: Universe Books, 1967.
2. Edson, G., Dean, D. "The Handbook for Museums". London & New York: Routledge, 1994.
3. Hooper-Greenhill, E. "Museums and the Shaping of Knowledge". London: Routledge, 1992.
4. Pomian, K. "Collectors and Curiosities: Paris and Venice 1500–1800". Cambridge: Polity Press, 1990.
5. Alexander, E. P., Alexander, M. "Museums in Motion". Lanham: AltaMira Press, 2008.
6.G'aybullayev, B. "Uyg'onish davri madaniyati". Toshkent: O'qituvchi, 1991. – Uyg'onish davri madaniyati, san'at va homiylik tizimi haqida umumiy ma'lumot.

7.Jo‘rayev, N. “Yevropa madaniyati tarixi”. Toshkent: Universitet, 2005. – XIII-XVI boblarida Uyg‘onish davri homiylik tizimi va madaniyat patronaji haqida.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. *Uyg‘onish davri kollektsionerligining antik va o‘rta asrlardan farqli asosiy xususiyati nimada edi?*
2. *“Studiolo” va “Wunderkammer” tushunchalari nimani anglatgan va ularning muzeychilik rivojiga ta’siri qanday bo‘lgan?*
3. *Renessans davrida kollektsiyalar ilmiy asosda qanday tartibda shakllangan? Tasniflash va kataloglash jarayonini tushuntiring.*
4. *Medichi oilasining kollektsiyalari muzeyshunoslik tarixida qanday ahamiyatga ega?*
5. *Geografik kashfiyotlar Renessans kollektsiyalari rivojiga qanday turtki berdi?*
6. *Kollektsiyalarda jamlangan buyumlar ilmiy, estetik va diniy jihatdan qanday qiymatga ega bo‘lgan?*

FOR AUTHOR USE ONLY

7-MAVZU: MUZEYLARNING TURLARI VA TASNIFI

Reja:

1. Muzeyshunoslikda tasniflash prinsiplari

2. Zamonaviy muzey turlari va innovatsiyalar

3. O‘zbekiston muzeylari tizimi

7.1 Muzeyshunoslikda tasniflash prinsiplari

Muzeylarning insoniyat tarixiy va madaniy merosini asrashdagi o‘rni beqiyos. Ularning to‘plamlarida tarix, madaniyat va san’atning bebaho yodgorliklari mavjud. Muzeylar ijtimoiy xotiraning himoyachilaridir, ular bizga o‘tmishni o‘rganish, hozirgi kun haqida o‘ylash va kelajakka ishonch bilan qarash imkonini beradi. Muzey kolleksiyalarining ulkan madaniy salohiyati ta’lim va tarbiya uchun ham katta imkoniyatlarga ega. Bugungi kunda muzeylar nafaqat madaniy, balki ma’rifiy makonga xam aylanib bormoqda. Dunyo bo‘ylab muzey turlarining xilma-xilligi muzeylarning boyligi va xilma-xil rolini ta’kidlaydi, ammo ularni tasniflash uchun keng qamrovli mezonlarni belgilash qiyinligicha qolmoqda. ‘Muzeylarni tasniflash standartlari va qo‘llash usullari o‘rtasidagi farq’ deb nomlangan tadqiqot oltita standart mezondan foydalangan holda muzeylarni tizimli ravishda tasniflash uchun batafsil asosni taqdim etadi. Ushbu asos olimlar, muzey mutaxassislari va o‘quvchilarga muzey tasniflarini yanada samarali tushunish va qo‘llashda yordam berishga qaratilgan. Ushbu darslikda ko‘rib chiqilgan tadqiqot muzeylarni tasniflash bo‘yicha metodologik ko‘rsatmalarni shakllantirish, nostandart tasniflarni chiqarib tashlash uchun ilmiy asoslarni taqdim etish, har bir muzey turi uchun aniq ta’riflarni taqdim etish, bir nechta mezonlar bo‘yicha tasniflangan turlar orasidagi o‘xshashliklarni bartaraf etish va kelajakdagi tasniflash uchun moslashuvchan metodologiyani ishlab chiqishga qaratilgan. Muzeylarni tasniflash uchun oltita standart mezonni taklif qiladi: (1) To‘plam doirasi, (2) To‘plam turi, (3) Muzey maydoni, (4) Muzey missiyasi, (5) Maqsadli tashrif buyuruvchilar segmentlari va (6) Muzey egaligi. Ushbu mezonlar o‘xshashliklarni bartaraf etish va turli muzey turlari o‘rtasida aniq farqlarni ta’minlash,

FOR AUTHOR USE ONLY

shu bilan aniq tasniflashni osonlashtirish uchun mo‘ljallangan. Muzeyshunoslikda tasniflash prinsiplari — bu muzeylar va hujjatlar to‘plamlarini tizimli o‘rganish, ularni tavsiflash, solishtirish va saralashda qo‘rganishgan ilmiy mezonlar yig‘indisidir. Tasniflash milliy jamlangan eksponatlarni tartibga solishda, balki muzey faoliyatining barcha samaradorligini boshqarishda asosiy vosita hisoblanadi. Muzeyshunoslikda tasniflash tamoyillari muzey kolleksiyalarini muvofiqlashtirish, hujjatlashtirish va ulardan maqsadli foydalanishning muhim omili hisoblanadi. Muzey eksponatlarini guruhlashning asosiy tamoyillari quyidagi ko‘rsatkichlarga tayangan holda belgilanadi:

Asosiy tamoyillar

- **Ilmiy va tizimli yondashuv:** Muzey ashyolari o‘zlarining kelib chiqishi, davriy mansubligi, madaniy asoslari, mualliflik tafsilotlari va boshqa tarixiy-badiiy jihatlari inobatga olinib, ilmiy asosda tizimlanadi.

Bu jarayon ashyoning hujjatli va axborot qiymatini chuqurroq anglashga yordam beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

- Ixtisoslik (Disiplinar mezon): Tasniflash, birinchi navbatda, muzeyning ixtisosligiga bog‘liq. Masalan, san’at muzeylari, tarix muzeylari, tabiiy fanlar muzeylari yoki etnografiya muzeylari o‘zlarining mavzulariga xos tasniflash tizimlaridan foydalanadilar.

- Obyektning funksional konteksti: Ko‘pgina tasniflash tizimlari, xususan, etnologiya, tarix va arxeologiya bo‘yicha, ob’ektlarni ularning dastlabki vazifasi yoki foydalanish maqsadiga ko‘ra guruhlashga asoslanadi. Bu ‘Nomenklatura’ kabi standartlashtirilgan tizimlarda keng qo‘llaniladi.

- Ierarxik tuzilma: Tasniflash tizimlari odatda ierarxik xarakterga ega. Ob’ektlar yirik kategoriyalarga (masalan, toifalar, sinflar), keyin esa kichikroq bo‘linmalarga (masalan, kichik toifalar, ob’ekt nomlari, turlari) ajratiladi. Bu ma’lumotlarni mantiqiy va izchil tarzda tashkil etishga yordam beradi.

- Standartlashtirilgan terminologiya: Ma’lumotlarni izlash va ulardan foydalanish samaradorligini oshirish uchun tasniflash jarayonida standartlashtirilgan

atamalar va nazorat qilinadigan lug‘atlardan (tezauruslar) foydalanish muhim hisoblanadi.

- Makoniy va vaqtinchalik izchillik: Yaxshi tasniflash tizimi turli joylar (muzeylar, mintaqalar, mamlakatlar) va vaqt davrlari bo‘yicha solishtirma bo‘lishi kerak.

Tasniflash mezonlari:
Muzey obyektlarini baholash va tasniflashda quyidagi mezonlar hisobga olinadi:

- Formal xususiyatlar: Kelib chiqishi, holati, noyobligi yoki vakillik darajasi.
- Madaniy-tarixiy qadriyat: An’anaviy ekspert bahosi.
- Ijtimoiy qadriyat.
- Foydalanish qiymati.

Ushbu prinsiplar muzeylarga o‘z kolleksiyalarini tartibga solish, hujjatlashtirish siyosatini yaratish va jamoatchilikka taqdim etishda yuksak huquqiy, axloqiy va professional standartlarga rioya qilish imkonini beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Tarixiy ekspozitsiyalarning asosiy maqsadlari ichida birinchi o‘rinda vatanparvarlik tuyg‘ularini uyg‘otish, tarixiy bilimlarni targ‘atish, ilmiy dunyoqarashni shakllantirish va ma’naviy-estetik tarbiyani mustahkamlash turadi. Har bir mamlakatning tarixiy ekspozitsiyalari o‘ziga xos milliy tarixiy talqinlar asosida shakllanadi.

Muzey ekspozitsiyasining o‘ziga xos xususiyatlari mavjud. Birinchidan, u aniq hodisalarni emas, balki real predmetlar orqali ma’lum bir voqelikni aks ettiradi va bu tomoshabinga estetik zavq bag‘ishlaydi. Ikkinchidan, har qanday ekspozitsiyaning asosida ilmiy konsepsiya yotadi. Bu konsepsiya ekspozitsiyaning g‘oyaviy mazmunini belgilab, kolleksiyadagi eksponatlarni tanlash, guruhlash, ularning kompozitsiyasi, tadqiqi va badiiy yechimini belgilaydi.

Ekspozitsiya tomoshabinlarga dam olish jarayonida madaniy tuyg‘ular bilan

ta’minlashi kerak. Ekspozitsiya tarkibiga kiruvchi har bir obyekt eksponat maqomini oladi. Unga qo‘shimcha ravishda ko‘rsatma yozuvlar, fon materiallari va boshqa elementlar qo‘shiladi; bularning barchasi birgalikda ekspozitsion materiallarni tashkil qiladi. Ilmiy konsepsiyaga muvofiq ekspozitsiyaning vazifalari, mavzusi va badiiy-estetik yechimi belgilanib, ular o‘zaro mantiqiy bog‘lanadi va tizimli guruhlarga ajratiladi. Ekspozitsion materiallar muayyan maydonda joylashtirilib, mavzuiy va vizual yaxlitlikni hosil qiladi.

Ekspozitsion materiallar turli usullarda guruhlanishi mumkin. Masalan, ular mehnat mahsuli, san’at asari yoki tabiat obyekti sifatida tasniflanadi. Mazmuniga qarab ilmiy asosda amalga oshirilgan guruhlash va joylashtirish jarayoni ekspozitsiyaning tuzilish uslubi deb ataladi. Ekspozitsiyalar maxsus belgilangan ekspozitsion zallarda joylashadi va ularning har biri o‘ziga xos me’moriy-badiiy yechimga ega bo‘lishi kerak.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey ekspozitsiyasi muzey kommunikatsiyasining asosiy shakli hisoblanadi. Bundan tashqari, vaqtincha ekspozitsiyalar – ya’ni ko‘rgazmalar ham o‘tkaziladi, ular ko‘pincha muhim siyosiy voqealar, yubileylar yoki dolzarb mavzularga bag‘ishlanadi.

Tarixiy muzeylar jamiyatda o‘tmish merosini saqlash, o‘rganish va keng omma yetkazish borasida muhim rol o‘ynaydi. Ular insoniyat tarixi, qadimiy madaniyatlar, tarixiy shaxslar va voqealar haqida bilim beradi. Tarixiy muzeylarning asosiy vazifasi tarixiy faktlarni ilmiy asosda saqlash va ularni samarali taqdim etishdir.

Shu sababli, tarixiy muzeylar o‘z mazmuni, maqsadi va qamroviga qarab turli turlarga bo‘linadi.

Milliy tarixiy muzeylar butun davlat tarixini yoritishga mo‘ljallangan. Bu muzeylar milliy tarix, siyosiy voqealar, madaniy meros va tarixiy shaxslar asosida tashkil etiladi. Masalan, O‘zbekiston Milliy tarixi muzeyi butun mamlakat tarixiy voqealarini aks ettiradi, qadimiy buyumlar, hujjatlar va arxeologik topilmalarni jamlaydi. Milliy muzeylar keng ko‘lamli ilmiy tadqiqot va xalqaro hamkorlik faoliyatini olib boradi.

Mahalliy yoki viloyat tarixiy muzeylari aniq bir hudud yoki mintaqaning tarixiy rivojlanishini aks ettiradi. Ushbu muzeylarda mintaqaga oid arxeologik artefaktlar, tarixiy hujjatlar va kartografik materiallar to‘plangan. Bundan tashqari, viloyat muzeylari mahalliy tarixiy jarayonlar, aholi punktlarining taraqqiyoti va mintaqaning taniqli shaxslari faoliyatini yoritishga qaratilgan. Masalan, Samarqand viloyati tarixiy muzeyi hududning qadimiy tarixini ochib beradi.

Shahar va tuman tarixiy muzeylari faqat muayyan shahar yoki tuman tarixiga bag‘ishlangan. Ular mahalliy shaxslar, diqqatga sazovor joylar va tarixiy voqealarni o‘rganishga xizmat qiladi. Shahar muzeylari ko‘pincha tarixiy binolar yoki qadimiy joylarda tashkil etiladi, bu esa ularni yanada qiziqarli qiladi.

Arxeologik muzeylar qadimiy topilmalar va qazishmalarga asoslangan. Ular o‘tmishdagi turmush tarzi, qadimiy jamiyatlar va madaniyat haqida ma’lumot beradi. Misol tariqasida Samarqanddagi Afrasiab arxeologik muzeyi keltirilishi mumkin, u qadimiy shahar va uning madaniy merosini aks ettiradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Memorial muzeylar aniq bir tarixiy shaxs yoki hodisaga bag‘ishlangan bo‘lib, ular ko‘pincha mashhur shaxslarning uy-muzeylari, harbiy yodgorlik majmualari yoki milliy ozodlik tarixini aks ettiruvchi maxsus muzeylar sifatida faoliyat yuritadi. Bunday muzeylar tashrif buyuruvchilarni tarixiy voqealar bilan bevosita tanishtiradi va tarbiyaviy ahamiyatga ega bo‘ladi.

Tematik tarixiy muzeylar esa muayyan mavzular bo‘yicha tashkil etiladi. Masalan, urushlar tarixi, sanoat inqilobi, diniy tarix yoki shaharsozlik tarixi bo‘yicha muzeylar. Tematik muzeylar auditoriyani aniq bir yo‘nalish bo‘yicha jalb qiladi va o‘quvchi yoki tadqiqotchiga chuqur bilim beradi.

Tarixiy muzeylar ekspozitsiyalarini tashkil etishda ob’ektivlik va dalillarga asoslanganlik prinsipi ustuvor hisoblanadi. Muzey eksponatlari tarixiy faktlarning o‘z-o‘zidan guvohi sifatida xizmat qiladi va ular ma’lum tarixiy sharoitni tushunishga yordam beradigan vositalardir. Tomoshabin ular orqali yangi bilim va tushunchalarga

ega bo‘ladi.

Tarix muzeylari ekspozitsiyalarida jamiyat taraqqiyoti, uning turli jabhalari va aniq tarixiy voqealar aks ettiriladi. Biroq, bu tarixni “oyna” kabi aks ettirish demak emas, chunki tarixiy ko‘rgazmalarda o‘tmishdagi ijtimoiy hayot mutlaqo o‘sha holatda tasvirlanmaydi. Bunda muzey obyektlari o‘ziga xos “ilmiy til” orqali voqelikni so‘zlamasdan ifodalaydi va hayotning eng muhim tomonlari diqqat markaziga qo‘yiladi.

Tarixiy yo‘nalishdagi ekspozitsiyalar turlicha bo‘lishi mumkin: ba’zilari mamlakatning butun tarixini, ba’zilari faqat hozirgi davrni qamrab olishi mumkin. Etnografik, amaliy san’at, badiiy va boshqa turdagi muzeylar ekspozitsiyalarida ham sezilarli farqlar mavjud. Ba’zi muzeylarda (masalan, arxeologik muzeylarda) ma’lum davr chegaralari belgilanadi. Ko‘plab ekspozitsiyalar muayyan shaharning tarixi, iqtisodiyoti va madaniyatini yoritishi mumkin. Tarixiy voqealar, qahramonlik yoki buyuk shaxslarga bag‘ishlangan memorial muzeylar tomoshabinlar orasida keng mashhurdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ekspozitsiya yaratishning asosiy tamoyillaridan biri ilmiylikdir, ya’ni unda jamiyat taraqqiyoti ilmiy asoslangan bo‘lishi kerak. Bu tamoyildan tarixiylik kelib chiqadi. Ekspozitsiyalarda milliy g‘oya va milliylik aniq ifodalanishi lozim. Hozirgi tarix muzeylarida sinfiy yondashuvga asoslangan ekspozitsiyalar o‘rniga, jamiyatning oddiy shakllardan murakkab shakllarga o‘tish qonuniyatlarini hisobga olgan holda, tomoshabinlarda ilmiy tasavvur qoldirish va ularning dam olish vaqtini mazmunli tashkil etish maqsad qilinadi.

Ekspozitsiya yaratishda ikkinchi muhim tamoyil – ashyoviylikdir. Bu tamoyilga ko‘ra, ekspozitsiya muzeyning o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda, asl manbalar (obyektlar) asosida yaratiladi va ular o‘zaro mantiqiy bog‘lanishda bo‘lishi kerak. Muzey obyekti ekspozitsiyada ikki muhim vazifani bajaradi: birinchidan, u tarixiy voqelikni isbotlovchi dalil bo‘lib, o‘sha davrning “tilsiz guvohi” hisoblanadi; ikkinchidan, tomoshabinga tarix bilan bevosita aloqa qilish imkoniyatini berib, o‘tmish va hozir o‘rtasidagi bog‘liqlikni his qilishga yordam beradi.

Ekspozitsiya yaratishning yana bir muhim tamoyili – ommaviylik va

kommunikativlikdir. Chunki muzeyga turli ijtimoiy va madaniy guruhlarga mansub tomoshabinlar tashrif buyurishi hisobga olinib, ekspozitsiya tarkibi va mazmuni o‘rtacha darajada tushunarli va qamrovli bo‘lishi lozim.

Ekspozitsion materiallarni tartibga solishda turli uslubiy yondashuvlar va makoniy rejalar qo‘llaniladi. Bunda diqqatni jamlaydigan asosiy eksponatlarni joylashtirishga alohida ahamiyat beriladi. Zamonaviy ekspozitsiyalar dolzarb g‘oyalar va yutuqlarni aks ettirishi, shuningdek, hozirgi davr talablariga mos bo‘lishi kerak.

Ekspozitsiya yaratishning uchinchi tamoyili – kommunikativlik va ommaviylikdir. Unga ko‘ra, ekspozitsiya har qanday tayyorgarlik darajasidagi tomoshabin uchun tushunarli va qamrovli bo‘lishi lozim. Shu maqsadda o‘rtacha darajadagi bilimga ega bo‘lgan tomoshabinlar uchun mos mavzu va izohlar ishlab chiqiladi. Zamon bilan uyg‘unlashgan ekspozitsiyalar tayyorlash talab etiladi.

Har bir ekspozitsiya o‘zaro bog‘langan va bir-biriga bo‘ysunuvchi tizimni ifodalaydi. Ya’ni, u aniq mavzuiy tuzilishga ega bo‘lib, ekspozitsiyaning yaxlitligini, uning qismlarining o‘zaro mantiqiy bog‘lanishini va tomoshabinga ta’sirchanlikni ta’minlashi kerak. Ekspozitsiyada uning ilmiy konsepsiyasi, g‘oyaviy yo‘nalishi va muzeyning o‘ziga xos xususiyatlari ifodalanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzuiy tuzilishni ishlab chiqish murakkab jarayon bo‘lib, uning ilmiy asoslari hisobga olinadi. Har bir tarix muzeyi o‘z vazifasi, fond imkoniyatlari, mamlakat yoki mintaqadagi o‘rni va ahamiyatiga qarab o‘ziga xos ekspozitsion tuzilmani ishlab chiqadi. Masalan, umumiy tarix muzeylarida qadimdan zamonaviy davrgacha bo‘lgan tarixiy jarayonlar qamrab olinadi. Davrlarni ajratishda tarixiy ketma-ketlik va iqtisodiy-ijtimoiy o‘zgarishlar asosiy mezon bo‘lib, har bir bo‘lim ichidagi mavzular bir-biri bilan mantiqiy bog‘lanishi talab etiladi.

Mavzu yoki uning kichik bo‘laklari bir yoki bir nechta ekspozitsion komplekslardan tashkil topishi mumkin. Bu komplekslar mavjud eksponatlar tarkibiga qarab shakllantiriladi. Tarixiy jarayonlarni aks ettirishda muzeyning o‘ziga xosligi aniq namoyon bo‘lishi lozim. Ekspozitsion mavzuning vazifasi tarixiy jarayonlarning rivojlanish bosqichlarini ishonchli va yorqin tarzda muzey obyektlari orqali ochib berishdir. Bu tarixiy hodisalarni yoritishda aniq yo‘nalishni belgilaydi.

Ekspozitsiyaning mazmuni yetarli darajada boy va to‘liq bo‘lishi talab qilinadi. Masalan, ijtimoiy-iqtisodiy mavzuda turmush tarzi, ishlab chiqarish texnikasi va mahsulotlari aks etsa, harbiy tarix mavzusi esa qurollar, harbiy kiyimlar va boshqa tegishli obyektlarni o‘z ichiga olishi kerak. Tarixiylik tamoyili ustuvor ahamiyatga ega bo‘lib, bu tarixiy davriylik tamoyili sifatida ifodalanadi. Ekspozitsiyalar tarixiy-davriy yoki muammoli tizimda shakllantirilishi mumkin, ammo ular ilmiy jihatdan qat’iy asoslangan bo‘lishi zarur.

Muzey ashyolari va boshqa ekspozitsion ashyolar tegishli mavzu orqali birlashtirilib ekspozitsion komplekslarni tashkil etadi. Ba’zan ekspozitsion zalni ekspozitsion kompleks ham deyiladi. Tomoshabinlarga uning farqi sezilmaydi. Ekspozitsion zalda dominanta aniqlanadi, ya’ni asosiy g‘oya va ko‘rinishga, mavzu, alohida eksponatlarga e’tibor beriladi. Qisqasi zalning ko‘rinishi, birinchidan tartibli ko‘rgazmalar tassurot qoldiradi. Bu yerda kenglik yechimga kompleks-zalni tashkil etish ahamiyatli bo‘lib, bunda rassom loyihachi asosiy rol o‘ynashi kerak.

Bu ko‘pincha maxsus ekspozitsion zallar tarkibida amalga oshiriladi. Ekspozitsion komplekslar mavzuga nisbatan kengroq qamrovga ega bo‘lib, turli o‘lcham va tabiatdagi voqea-hodisalarni aks ettiradi. Ekspozitsion komplekslarni tashkil etish jarayoni muzey kolleksiyasining imkoniyatlariga bog‘liq. Turli davrlar yoki hodisalarni qamrab olsa-da, ular o‘rtasida mantiqiy uzviy bog‘liqlik saqlanishi zarur.

Ekspozitsion kompleksda barcha mavjud obyektlar emas, balki eng ishonchli va ifodali namunalar tanlab olinadi. Ushbu komplekslar orqali hayotiy voqelikning turli jabhalari yoritiladi. Hozirgi kunda ansambl shaklidagi komplekslar alohida ahamiyatga ega bo‘lib, ularning asosini real hayotiy vaziyatlarni aks ettiruvchi yadroviy elementlar tashkil etadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, muzey ekspozitsiyalarini ilmiy asosda tizimlashtirish – tarixiy bilimlarni keng tomoshabinlarga tushunarli, estetik jihatdan ta’sirli va mantiqiy tarzda yetkazishning muhim vositasidir.

Ekspozitsiya yaratilishida uning ilmiyligi, ashyoviy asoslari, kommunikatsion yondashuv, badiiy yechim kabi tamoyillar muhim o‘rin tutadi. Tarixiy muzeylarda ekspozitsiyalarni tashkil etish jarayoni — o‘tmish bilan hozirgi zamonni bog‘lovchi,

FOR AUTHOR USE ONLY

tomoshabinda ilmiy tasavvur va estetik zavq uyg‘otuvchi ijodiy va ilmiy ishdir. Shuning uchun ekspozitsion materiallarning tanlanishi, joylashtirilishi, mavzular asosida guruhlanishi chuqur tahlil va yondashuvni talab qiladi. Bu esa, muzeyning madaniy-ma’rifiy rolini yanada kuchaytiradi.

Muzeylar jamiyatda madaniy merosni saqlash, tadqiq qilish va ommaga yetkazish bo‘yicha muhim vazifalarni bajaradi. Ularning tashkil etilish shakli, moliyalashtirish manbai va faoliyat yo‘nalishiga qarab davlat va xususiy muzeylarga bo‘linadi. Ushbu ikki turdagi muzeylar o‘rtasida bir qator farqlar mavjud bo‘lib, ular faoliyat uslubi, maqsadi va imkoniyatlari bilan ajralib turadi.

Davlat muzeylari davlat byudjeti hisobidan moliyalashtirilib, ularning mulkiy huquqi davlatga tegishli bo‘ladi. Ushbu muzeylar mamlakatning tarixiy, madaniy va ilmiy merosini asrab-avaylash va keyingi avlodlarga yetkazish vazifasini bajaradi. Ularning asosiy maqsadi jamiyatning madaniy saviyasini oshirish, ilm-fan rivojiga hissa qo‘shish hamda milliy va umuminsonlik qadriyatlarini targ‘ib qilishdan iborat.Ular keng jamoatchilik uchun ochiq bo‘lib, tashrif buyuruvchilar uchun bepul yoki arzon narxdagi xizmatlar taqdim etadi. Davlat muzeylarida ko‘plab ilmiy mutaxassislar ishlaydi, ularning asosiy vazifasi eksponatlarni o‘rganish, ularni muayyan sharoitda asrab-avaylash va ilmiy asosda ko‘rgazma tashkil etishdan iboratdir. Shu bilan birga, davlat muzeylari ko‘pincha xalqaro standartlarga moslashgan va keng ko‘lamli hamkorlik faoliyatini olib boradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xususiy muzeylar esa shaxsiy yoki nodavlat tashkilotlar tomonidan tashkil etiladi. Ularning moliyalashtirish manbai asosan tashkilotchining o‘z mablag‘lari, xayriya yoki donorlikka tayanadi. Xususiy muzeylar ko‘pincha muayyan ixtisoslikka ega bo‘ladi, masalan, badiiy asarlar, shaxsiy kolleksiyalar yoki tarixiy xotiralar. Shu sababli, ularning ekspozitsiyalari kichikroq bo‘lishi mumkin, lekin ularning noyob kolleksiyalari va ijodiy yondashuvlari tashrif buyuruvchilar uchun katta qiziqish uyg‘otadi. Xususiy muzeylar faoliyatida innovatsiyalar va interaktiv texnologiyalarni joriy etish imkoniyati ko‘proq, chunki ular davlat byudjeti cheklovlaridan mustaqildir.

Davlat va xususiy muzeylar o‘rtasidagi yana bir muhim farq — ularning boshqaruv tizimi va qaror qabul qilish erkinligi. Davlat muzeylarida qarorlar ko‘pincha ko‘p bosqichli ma’muriy jarayon orqali amalga oshiriladi, bu esa ularning tezkor o‘zgarishlarga moslashuvchanligini cheklashi mumkin. Xususiy muzeylar esa qaror qabul qilishda erkinroq bo‘lib, yangi ko‘rgazmalar, interaktiv loyihalar yoki tematik tadbirlarni tezda amalga oshirishi mumkin.

Shuningdek, davlat muzeylarining tarbiyaviy va ilmiy vazifasi ko‘proq keng qamrovli va tizimli bo‘lsa, xususiy muzeylar ko‘pincha tor soha yoki ma’lum mavzuga qaratilgan bo‘ladi. Shu bilan birga, xususiy muzeylar o‘z tashrif buyuruvchilarini faol jalb qilish, ijtimoiy tadbirlar va madaniy loyihalar tashkil etishda ijodiy yondashuvni keng qo‘llaydi.

Xulosa qilib aytganda, davlat va xususiy muzeylar bir-birini to‘ldiruvchi shaklda faoliyat yuritadi. Davlat muzeylari keng ko‘lamli, tizimli va xalqaro standartlarga mos faoliyat bilan ajralib turadi, xususiy muzeylar esa noyob kolleksiyalar, ijodiy yondashuv va tezkor innovatsiyalar bilan ajraladi. Har ikkala turdagi muzeylar ham jamiyat madaniyati va ilm-fan rivojiga o‘z hissasini qo‘shadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

7.2 Zamonaviy muzey turlari va innovatsiyalar

Bugungi kunda muzeylar faoliyati nafaqat madaniy boyliklarni saqlash va namoyish etish bilan cheklanmay, balki ular jamiyatda ta’limiy, tadqiqiy va texnologik innovatsiyalarni rivojlantirish markazlariga aylanmoqda. Zamonaviy muzey turlari o‘z tarkibida interfaol vositalar, raqamli yechimlar va tomoshabin bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri o‘zaro ta’sirni o‘z ichiga olgan holda an’anaviy muzeylardan farq qiladi. Shu bilan birga, yangiliklar muzey pedagogikasi, ekspozitsiya dizayni, tashrif buyuruvchilarni jalb qilish va ularning madaniy tajribasini boyitishda asosiy omilga aylangan.

Zamonaviy muzeylarni tasniflashda bir nechta asosiy yo‘nalishlar mavjud. Birinchi navbatda, interaktiv muzeylar ajralib turadi. Bu muzeylar tashrif buyuruvchilarni faqat kuzatuvchi emas, balki faol ishtirokchi sifatida jalb qiladi.

Masalan, eksponatlar bilan o‘ynash, ularga tegish, virtual laboratoriyalar orqali tajriba o‘tkazish kabi imkoniyatlar mavjud. Interaktiv muzeylar ko‘pincha bolalar va yoshlar auditoriyasiga mo‘ljallangan bo‘lib, ta’lim jarayonini qiziqarli va tushunarli qiladi.

Ikkinchi tur — raqamli va virtual muzeylar. Ushbu muzeylar eksponatlarning 3D modeli, virtual ekskursiyalar va interaktiv ekranlar orqali mavjud bo‘lib, geografik chegaralarni bartaraf qiladi. Virtual muzeylar nafaqat mamlakat ichidagi, balki chet eldagi tashrif buyuruvchilar uchun ham ochiq bo‘lib, zamonaviy onlayn ta’lim tizimlari bilan integratsiyalashgan. Shu orqali ular ta’lim dasturlari, ilmiy seminarlar va interaktiv mashg‘ulotlarni masofadan ham amalga oshirish imkonini beradi.

Uchinchi muhim tur — tematik va ixtisoslashgan muzeylar. Zamonaviy davrda texnoparklar, ilmiy laboratoriyalar, kosmonavtika va texnika muzeylari keng rivojlanmoqda. Bu muzeylarda ilm-fan va texnologiya yangiliklarini namoyish etish, yoshlarni STEM (fan, texnologiya, muhandislik, matematika) sohalariga qiziqtirish maqsad qilinadi. Tematik muzeylar auditoriyani aniq bir mavzu yoki yo‘nalishga jalb qilish orqali ta’lim va madaniyatning samaradorligini oshiradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Innovatsiyalar muzeylarning ekspozitsiya metodlarida ham namoyon bo‘ladi. Holografik tasvirlar, AR (augmented reality) va VR (virtual reality) texnologiyalari yordamida eksponatlar jonli ko‘rinishda namoyish etiladi. Bu yondashuv tomoshabinlar uchun vizual, auditoriya va sezgir idrokni birlashtiruvchi hamda tarixiy yoki ilmiy mavzularni yanada qamrovli anglash imkonini beruvchi integratsiyalangan tajribani yaratadi.Interaktiv gidlar, raqamli kataloglar va mobil ilovalar orqali tashrif buyuruvchilar eksponatlar haqida keng ma’lumot olish imkoniga ega bo‘ladi.

Zamonaviy muzeylarda ijtimoiy interaktivlik ham alohida ahamiyatga ega. Madaniy tadbirlar, seminarlar, kvest o‘yinlari, ijodiy ustaxona mashg‘ulotlari va eksperimentlar tashrif buyuruvchilarni muzey bilan faol aloqaga chorlaydi. Shu orqali muzeylar faqat ko‘rgazma joyi emas, balki ijtimoiy va madaniy markazga aylanadi. Zamonaviy jamiyat axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT), sun’iy intellekt,

narsalar interneti va raqamli platformalarning keng tarqalishi bilan tavsiflanadigan To‘rtinchi sanoat inqilobining ta’sirida rivojlanmoqda. Bu o‘zgarishlar nafaqat iqtisodiyot va sanoatni, balki madaniyat sohasini, xususan muzey ishini ham chuqur transformatsiya qilmogda. Muzeylar madaniy merosni saqlash, tadqiq qilish va ommalashtirish markazlari sifatida jamiyatning yangi talablari va texnologik innovatsiyalariga moslashishga intilmoqda.

O‘zbekiston kontekstida muzeylar milliy madaniyat va tarixiy boyliklarni himoya qilish, o‘rganish va targ‘ib qilishda muhim rol o‘ynaydi. Shu bilan birga, globallashuv jarayonlari muzey boshqaruvida xalqaro hamkorlikni kuchaytirish, zamonaviy loyihalarni amalga oshirish va interaktiv ko‘rgazmalarni tashkil etish kabi yangicha yondashuvlarni talab qilmoqda. O‘zbekiston o‘zining boy tarixiy va madaniy merosiga ega bo‘lib, u ko‘plab muzeylar, arxeologik yodgorliklar va kolleksiyalarda namoyish etilgan. So‘nggi yillarda respublikada muzey sohasida raqamli transformatsiya faollashdi, bu esa madaniy qadriyatlarni saqlash va ularning ijtimoiy ta’sirini kuchaytirish uchun yangi imkoniyatlar yaratdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘zbekiston muzeylari yaqin vaqtlarda bir qancha nufuzli xalqaro tashkilotlar (UNESCO, ICOM, Luvr muzeyi, Britaniya muzeyi) bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘ydi. Bu hamkorlik quyidagi natijalarni keltirdi:

- qo‘shma ko‘rgazmalar tashkil etildi;
- eksponatlarni restavratsiya qilish bo‘yicha xalqaro mutaxassislar jalb qilindi;
- muzey xodimlari uchun malaka oshirish dasturlari amalga oshirildi.
  Misol uchun, 2022-yilda Parijda o‘tkazilgan “Markaziy Osiyo tsivilizatsiyasi” ko‘rgazmasida O‘zbekistondan yuzlab nodir artefaktlar namoyish etildi.

O‘zbekiston muzeylarida zamonaviy texnologiyalarni joriy etish bo‘yicha quyidagi ishlar amalga oshirilmogda:

- Raqamli arxivlar yaratilmogda;
- Interaktiv ekspozitsiyalar va multimedia qurilmalar o‘rnatilmogda;

- Mobil ilovalar va audio-gidlar xizmati joriy etilmogda.

1. Raqamlashtirish va raqamli saqlash

O‘zbekistonda muzey sohasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlaridan biri kolleksiyalarni raqamli formatga o‘tkazishdir. Bunga eksponatlarni yuqori aniqlikda skanerlash va fotosuratga olish, shuningdek raqamli tavsiflar va elektron ma’lumotlar bazalarini yaratish kiradi. O‘zbekiston Tarix davlat muzeyi va O‘zbekiston San’at muzeyi faoliyati bunday loyihalarning yorqin namunalaridir. Raqamlashtirish nafaqat nodir artefaktlarni fizik shikastlanish holatida saqlab qolish, balki ularga keng auditoriya tomonidan masofadan turib kirish imkonini ham beradi.

2. Virtual va kengaytirilgan reallik

Muzey amaliyotida virtual (VR) va kengaytirilgan reallik (AR) texnologiyalaridan foydalanish tobora muhim ahamiyat kasb etmogda. Tashrif buyuruvchilar, masalan, yo‘qolgan shaharlar me’moriy qiyofasini tiklash, turli tarixiy davrlar bo‘ylab “sayr qilish” yoki artefaktlarning 3D modellari bilan “muloqot qilish” imkoniyatiga ega bo‘lishi mumkin. Bunday loyihalar Samarqand va Xivada o‘tkazilgan madaniy tadbirlar, shuningdek xalqaro forumlardagi raqamli taqdimotlar doirasida amalga oshirilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Elektron platformalar va masofaviy ekskursiyalar COVID-19 pandemiyasi sharotidagi ehtiyojlar tufayli sezilarli ahamiyat kasb etdi. Muzeylar virtual ekskursiyalar, video-presentatsiyalar, onlayn seminarlar va ma’ruzalar o‘tkazish uchun raqamli vositalardan faol foydalanishni boshladi. Masalan, Toshkentdagi Qatag‘on qurbonlari xotirasi muzeyi interaktiv kartografik materiallar, raqamli arxivlar va mavzuviy multimedia resurslarini taklif qilmogda.

Madaniy merosga kirish imkoniyatlarini kengaytirish – Raqamli innovatsiyalar muzey resurslaridan foydalanishdagi cheklovlarni sezilarli darajada kamaytiradi. Hududiy chegaralarda yashovchi hamda imkoniyati cheklangan fuqarolar muzey

kolleksiyalarini masofadan turib o‘rganish imkoniyatiga ega bo‘ldi. Bu yanada inklyuziv madaniy muhtitni shakllantirishga yordam beradi.

Milliy o‘zlikni mustahkamlash – Milliy an’analar va meros asosida yaratilgan interfaol loyihalar yoshlarda o‘z tarixi va madaniyatiga nisbatan hissiy bog‘liqlikni rivojlantirishga xizmat qiladi. Raqamli kontentda ona tilidan foydalanish etnomadaniy identifikatsiya va milliy g‘ururni mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi.

Tarbiyaviy vazifa – Muzeylar endi norasmiy ta’lim tizimining ajralmas qismiga aylanib bormogda. Zamonaviy texnologiyalar multimedia materiallari, didaktik o‘yinlar va raqamli kvestlar orqali muzey resurslarini maktab va oliy ta’lim dasturlariga uyg‘unlashtirish imkoniyatini taqdim etmogda.

Madaniy turizmni rivojlantirishda raqamli infratuzilmasi yaxshi jihozlangan zamonaviy muzeylar o‘ziga jalb qiluvchi markazga aylanmoqda. Ko‘p tilli audio-hydlar, interaktiv kartografik materiallar va AR dasturlarini ishlab chiqish sayyohlarning tajribasini boyitadi hamda O‘zbekistonning xalqaro maydonda tashviqotiga hissa qo‘shadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ijobiy o‘sish tendensiyalariga qaramay, O‘zbekiston muzeylarining raqamli transformatsiyasi bir qator qiyinchiliklarga duch kelmoqda:

- **Moliyaviy cheklovlar** – Uskunalarni yangilash va innovatsion loyihalarni amalga oshirish mintaqaviy muzeylar uchun ko‘pincha murakkab bo‘lgan katta kapital qo‘yilmalarni talab qiladi.
- **Malakali mutaxassislarning yetishmasligi** – Axborot texnologiyalari sohasidagi yetarli darajada tayyorlangan kadrlarning etishmovchiligi raqamli tashabbuslarning hajmi va sifati uchun cheklovchi omil hisoblanadi.
- **Normativ-huquqiy bazaning etarli emasligi** – Muzey ma’lumotlarini raqamlashtirish, saqlash va tarqatishni tartibga soluvchi milliy standartlarni ishlab chiqish dolzarb vazifadir.

- **Infratuzilma muammolari** – Ayrim hududlarda yuqori tezlikdagi internet tarmog‘ining cheklanganligi va yetarli texnik jihozlar mavjud emasligi jiddiy to‘siqlardan biri sanaladi.

O‘zbekiston muzeylari zamonaviy globallashuv sharoida o‘z faoliyatini xalqaro me’yorlar darajasida takomillashtirmoqda. Xalqaro hamkorlik, innovatsion texnologiyalar va zamonaviy ko‘rgazma amaliyoti muzeylarni nafaqat milliy, balki jahon madaniy boyligi sifatida mustahkamlaydi. Zamonaviy texnologiyalar muzey ishining evolyutsiyasini tezlashtirib, axborotni idrok etish va tarixiy meros bilan muloqot qilishning yangi madaniyatini shakllantiradi. O‘zbekistonda muzeylarni raqamlashtirish milliy madaniy identifikatsiyani mustahkamlash, bilim resurslariga kirishni kengaytirish va madaniy turizmni rivojlantirishga xizmat qiladi. Ushbu jarayonning samarali davom etishi uchun huquqiy, texnik va ta’lim bazasini uzviy rivojlantirish zarur. ugungi kunda O‘zbekiston muzeylari madaniy merosni saqlash, tadqiq etish va targ‘ib qilishning an’anaviy vazifalaridan tashqari, jamiyatda ta’lim, ilmiy izlanishlar va innovatsion texnologiyalarni joriy etish markazlari sifatida yangi rol o‘ynamoqda. Ushbu o‘zgarish To‘rtinchi sanoat inqilobining keng ko‘lamli ta’siri ostida, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, sun’iy intellekt va raqamli platformalar asosida shakllanmoqda. Davlat madaniyati va tarixiy merosni saqlashdagi muhim rolini hisobga olgan holda, O‘zbekiston muzeylari global texnologik tendentsiyalar va jamiyatning o‘zgaruvchan ehtiyojlariga moslashish jarayonida.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xulosa tariqasida ta’kidlash joizki, bugungi muzeylar nafaqat o‘tmishning moddiy va ma’naviy boyliklarini asraydigan joy, balki innovatsion yondashuvlar va interaktiv usullar orqali ta’lim, ilmiy izlanish va madaniy taraqqiyotga xizmat qiluvchi ko‘p qirrali muassasalardir. Ularning rivojlanishi va yangi shakllarining paydo bo‘lishi muzeyshunoslik sohasi hamda madaniy merosni boshqarishning nazariy va amaliy jihatlarini yanada boyitishga xizmat qiladi.

7.3 O‘zbekiston muzeylari tizimi

O‘zbekiston muzeylari tizimi mamlakatning boy madaniy merosini saqlab, o‘rganish va ommaga yetkazishda muhim rol o‘ynaydi. O‘zbekiston tarixiy, arxeologik, etnografik va sifatli qulay juda boy hudud bo‘lib, uning muzeylari milliy mamlakat sifatida, balki xalqaro miqyosda ham e’tiborga olingan. Muzeylar tizimi mamlakatda tarix, madaniyat va ilmiy izlanishlarni rivojlantirishga xizmat qiladi.

O‘zbekiston muzeylari turli xil bo‘lib, qonuniy yo‘nalishlari, etnografik, rasm va tabiatshunoslik sohalarini oladi. Tarixiy muzeylar, masalan, O‘zbekiston Milliy tarixi muzeyi, mamlakatning turli davrlaridagi tarixiy voqealar, shaxslar va voqealarni aks ettiradi. Bu muzeylarda arxe topilmalar, qadimiy buyumlar, qadimiy hujjatlar va tarixiy hujjatlar, hujjatlar ko‘rgazmalari esa tashrif buyuruvchilarga mamlakat tarixini keng qamrovda namoyish etadi.

Etnografik muzeylar, daromadlar, xalqlarning urf-odatlari, an’analari, turmush tarzi va hunarmandchiligi bilan tanishtiradi. Shu muzeylar o‘zining ko‘rgazmalari orqali madaniy merosni saqlash bilan birga, yosh avlodni tarixiy qadriyatlar bilan tanishtirishda muhim korxona ega.

FOR AUTHOR USE ONLY

Badiiy san’at muzeylari san’at asarlarini asrash va omma uchun ulardan foydalanishni ta’minlashga qaratilgan. Masalan, O‘zbekiston Badiiy san’at muzeyi mamlakatning noyob badiiy muhitini aks ettiradi, zamonaviy va klassik san’at yodgorliklarini to‘playdi, ularni o‘rganadi va madaniy-ma’rifiy faoliyat olib boradi.

Tabiatshunoslik va ilmiy-tadqiqot muzeylari mamlakatning biologik va geologik boyliklarini o‘rganishga yordam beradi. Ular orqali o‘quvchilar, talabalar va tadqiqotchilar tabiat olami, ekologik muhit va tabiiy resurslar bilan tanishadi.

O‘zbekiston muzeylari tizimi davlat va xususiy muzeylarni o‘z ichiga oladi. Davlat muzeylari, milliy tarixi muzeyi va boshqa davlat mablag‘lari, viloyatlar faoliyat yuritishi va keng faoliyati uchun ochiqdir. Xususiy muzeylar esa shaxsiy kolleksiyalar ilmiy asosda tashkil etilib, madaniy va faoliyatni rivojlantirishga xizmat qiladi.

Zamonaviy O‘zbekiston muzeylari kompyuter texnologiyalari va interaktiv metodlarni faol qo‘llay boshladi. Virtual ekskursiyalar, faol ko‘rgazmalar va

multimedia vositalarini jalb qilish uchun muzeylar tashqi ko‘rgazmalar qiladi, balki o‘ va talabalar uchun qulay ta’lim muhitini yaratadi. Shu bilan birga, hamkorlik va tajriba almashish yo‘li bilan muzeylar faoliyati yanada boyib ishlaydi.

Virtual muzeylar yaratishning jahon tajribasi va O‘zbekistonda ularning rivojlanish istiqbollariga oid ishlab chiqilgan ilmiy xulosalar va takliflar asosida: jahonning yirik muzeylarini virtuallashtirish tajribasi, ularning shakllanish (1930-1960 yy.) va rivojlanish (2000-yillar) bosqichlari, elektron ekspozitsiyalarni yaratishning jahon standartlari hamda virtual muzeylarning ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida jamiyat va madaniyatning o‘zaro ta’sirini ta’minlovchi interaktiv-kommunakatsion funksiyasi borasida berilgan tizimli ma’lumotlardan O‘zbekiston muzeylar kengashi tomonidan bajarilgan “Virtual muzey tizimini joriy qilish” mavzusidagi loyihada foydanilgan. Olingan ilmiy natijalar O‘zbekistonda muzeylarni virtuallashtirish muammolarini aniqlash, muzeylar faoliyatida axborot tizimini shakllantirish, eksponatlarning maxsus QR-kodlarini va 3D shakllarini yaratib, Internet tarmog‘iga joylashtirish orqali boy merosimizni O‘zbekiston xalqiga va xalqaro jamoatchilikka keng targ‘ib qilishga nazariy jihatdan asos bo‘lgan; muzey eksponatlarini tarixiy izchillik, davriylik, etnografik, g‘oyaviy-estetik va hududiy jihatlariga ko‘ra ishlab chiqilgan saralash mezonlari hamda ularning 3D hajmli shaklini yaratish uchun tayyorlangan tarixiy ma`lumotlar bazasidan Temuriylar tarixi davlat muzeyining mobil ilovasi va muzeyning 150 dan ortiq eksponatlari uchun maxsus QR kodlarini va 2 ta noyob ashyoning 3D hajmli shaklini yaratishda foydalanilgan. Ushbu yangi texnologiyalarning qo‘llanilishi xalqimiz va sayyohlarga qulaylik yaratish, tariximizni keng targ‘ib qilish, eksponatlar haqidagi kengaytirilgan ma`lumotlarni qiziqarli tarzda taqdim etish imkoniyatini yaratdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

XXI asr muzeylar uchun innovatsiyalar asri deb belgilandi. So‘nggi yillar mobaynida muzeyshunoslar tomonidan ommaviy auditoriyani jalb etishdagi ko‘plab muhim masalalar ko‘rib chiqilmoqda. Mazkur masalalar yuzasidan muzeyni tashkil etuvchi ilmiy va ko‘ngilochar vositalar haqida, muzeyning atrof muhiti va jamiyatning rivojiga qay darajada ta`sir etishi haqida bir qator ishlar amalga oshirilmoqda. Hozirgi

kunda muzeylar uchun muzey materiallarini namoyish etishning yangi usullari tatbiq etildi, madaniy-ta`limiy faoliyatning noan`anaviy dasturlari ishlab chiqildi, maxsus muzey strukturalari, qiziqarli turizm dasturlari yaratildi. XX asr oxirida muzeyshunoslikka kirib kelgan “virtual muzey” iborasi bugungi kunda zamonaviy muzeyshunoslikning muhim bir yo‘nalishiga aylandi. Virtual muzey (virtual – huddi mavjud bo‘lgandek) – real hayotda yoki global tarmoqda mavjud bo‘lgan muzey haqida ma’lumot. Virtual muzey – bu elektron tashuvchilarda interfaol imkoniyatlarni qo‘llaydigan, foydalanuvchiga uch o‘lchovli zallarda harakat qilish, kerakli eksponatlar va ma`lumotlar bilan tanishishga imkon beradigan makon.

Virtual muzey fenomeni Internet tarmog‘i va axborot texnologiyalari sintezi tufayli yuzaga keldi. Virtual muzeylarni mediamadaniyatning bir qismi, nashrning o‘ziga xos turi hamda insonning atrof olamni anglashini yaxshilashga yo‘naltirilgan kommunikatsiyaning yangi ko‘rinishi sifatida qabul qilish mumkin. Muzeylarda eksponatlarni virtuallashtirishda mahsus informatsion qurilmalar muhim ahamiyat kasb etadi. Bulardan “Elar Orteri R5000”, “ZBE Satellite”, “BookEye GS”, “Minolta PS7000”, “Cruse” hamda “VIZERRA” 3D kabi skanerlarini keltirib o‘tish mumkin. Bugungi rivojlangan asrda “Muzey va tomoshabin” masalasini hal etishda zamonaviy muzeyshunoslikda “Aqlli servis” yo‘lga qo‘yila boshladi. Ya`ni muzeylarda audiogidlar, sensor kiosoklar, interfaol monitorlar, gologrammalar joriy qilina boshlandi. Texnologik bazaning turiga qarab, audiogidlarni ikkita asosiy guruhga bo‘lish mumkin: — maxsus qurilmalarga asoslangan audiogidlar; — standart mobil qurilmalar – smartfon, planshetlar (mobil audiogidlar) negizidagi audiogidlar. Ko‘pincha maxsus qurilmalar negizidagi audiogidlarni yirik muzeylarda uchratish mumkin, chunki bunda jihozlarni sotib olish va texnik xizmat ko‘rsatish, asbobuskunalarni ijaraga berish punktlarini tashkil qilish, quvvat oldirish va ta’mirlash kabi masalalarni hal qilish bilan bog‘liq sezilarli xarajatlar muzey zimmasiga yuklatiladi. Muzeylarda audiogidlar tashrif buyuruvchilar uchun ko‘rsatiladigan xizmatlardan biri bo‘lib, ular alohida haq evaziga taqdim etiladi. Ommalashib borayotgan mobil audiogidlarning tashrif buyuruvchilar smartfonlariga o‘rnatilishi

FOR AUTHOR USE ONLY

mumkinligi muzeydan sarf-xarajat, ijara, texnik xizmat ko‘rsatishni talab qilmaydi. SHu bilan qatorda, muzeydan o‘z mobil ilovasini ishlab chiqish va turli mobil platformalarga moslab muntazam yangilab borish talab etiladi. Sensor kiosoklar va interfaol monitorlar esa tomoshabinga kerakli ma’lumotni xohishiga ko‘ra tanlash, ko‘rgazmada faol ishtirok etish, real ko‘rgazmada namoyish etilmagan ashyolar va tarixiy jarayonlar bilan tanishish, muzey olamida o‘zini estetik va ma’nan erkin his qila olish imkonini beradi. 2012 yilda Samarqand davlat muzey qo‘riqhonasi va uning Samarqanddagi bo‘limi – Mirzo Ulug‘bek muzeyi bilan Toshkent “SMI-Aziya” kompaniyasi hamkorligida muzeyning virtual ko‘rinishi yaratildi. Loyihaning yaratilishida zamonaviy madaniyatni rivojlantirish va o‘rganishga yo‘naltirilgan notijorat tashkilot “Desht-i-Art” laboratoriya markazi, shuningdek, Xivos Fondi (Niderlandiya) juda katta yordam ko‘rsatgan. Loyiha o‘zbek, rus va ingliz tillarida. SHuni ham ta’kidlab o‘tish joizki, bu loyiha O‘zbekistonning birinchi 3D shaklidagi virtual muzeylari qatoriga kiritildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Loyihalashtiruvchilar virtual muzey loyihasining DVD disklarga yozilgan holatini o‘rta va oliy ta’lim muassasalariga ham taqdim etishdi. Bu aynan shu mavzu yuzasidagi o‘quv jarayonini yanada qiziqarli va keng yoritib berilishiga xizmat qiladi. 2019 yilda Markaziy Osiyodagi ilk Smart-muzeyning ochilishi O‘zbekistonda muzeyshunoslik sohasida katta burilish yasadi. Ushbu muzey Samarqanddagi Amir Temur maqbarasida ochildi. Muzeyga tashrif buyuruvchilar zamonaviy interaktiv vositalar yordamida eksponat yoki maqbara haqida qo‘shimcha ma’lumot olish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Ular yordamida o‘tmishga “sayohat qilish” yoki tarixiy sahnalarni gavdalantirish mumkin. Muzeydagi maxsus belgi mavjud bo‘lgan eksponatlarga smartfonni yaqinlashtirib, u haqidagi hikoyani tinglash mumkin. Shuningdek, tarixiy muhitga sho‘ng‘ish uchun tarixiy xronikalardan iborat videolavhalar yaratilgan. Ziyoratchilar uchun Amir Temur majmuasining interfaol xaritasi yaratilib, u oddiy xaritaga nisbatan ko‘proq imkoniyatlarga ega. Xususan, smartfonni xaritaning ma’lum qismlariga qaratganda uning ekranida yodgorlikning 3D modeli gavdalanadi. SHunday qilib, xarita muzey bo‘ylab ajoyib sayohatning bir

qismiga aylanadi. Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash mumkinki, muzeylarda yangi fan-texnika yutuqlaridan foydalanish ya’ni muzeylarni virtuallashtirish orqali boy merosimizni xalqqa va xorijga keng targ‘ib qilish imkoniyatlari yaratiladi. Bundan tashqari, O‘zbekiston turizmining rivojlanishi va sayyohlar oqimi ko‘payishining asosiy omillaridan biri hisoblanadi.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar

1. Muzeylarni tasniflashning asosiy mezonlari qanday?
2. Tarixiy muzeylar qanday turlarga bo‘linadi?
3. Davlat muzeylari va xususiy muzeylar o‘rtasidagi farqlar qanday?
4. Raqamlashtirish davrida an’anaviy muzeylarning o‘rni qanday o‘zgarishi mumkin?

FOR AUTHOR USE ONLY

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Аванесова Г.А. Myzeyshunoslikda axborot texnologiyalari: zamonaviy holat va istiqbollar. – Madaniyatshunoslik axborotnomasi, 2020.
2. Уразметова Ш.Ш. O‘zbekistonda muzey ishini raqamlashtirish: yutuqlar va muammolar. – ‘Madaniyat va san’at’ jurnali. – Toshkent, 2022.
3. Назаров А. O‘zbekiston madaniy merosini saqlashda raqamli texnologiyalarning roli. – Sharqshunoslik ilmiy almanaxi, 2021.
4. YUNESKO. COVID-19 davrida dunyo bo‘ylab muzeylar. – Parij: YUNESKO, 2021.
5. Karimova M.R. Madaniy muassasalarda axborot texnologiyalari: imkoniyatlar va xavflar. – Ijtimoiy va gumanitar fanlar jurnali, 2021.

8-MAVZU: MUZEY AUDITORIYASI VA UNI O‘RGANISH.

Reja:

8.1 Muzey auditoriyasi.

8.2 Muzey auditoriyasini o‘rganish.

8.3 Muzey kurgazmasini tashkil etish.

Tayanch so‘z va iboralar: *Tretyakov galereyasi, kompleks, tematika, keluvchi, auditoriya, ekspozitsion, Anketa savollari, g‘oyaviy fikr, ekskursiya, eksponat.*

8.1 Muzey auditoriyasi.

Muzeyning madaniy-ilmiy faoliyati doirasidagi insonlar (xodimlar) to‘plami *muzey auditoriyasi* deb ataladi. Bu atama faqat muzeyga aniq kelganlarnigina emas, balki potensial keluvchilarni ham birlashtiradi.

Muzey auditoriyasi bir qator parametrlari bilan xarakterlanadi. Ijtimoiy-demografik analizda ma’lumot darajasi, kasbining turi, jinsi, yoshi, yashash joyi kabi belgilarni farq qilish taxmin qilinadi.

Muzeyga kelish tezligi (chastotasi) nuqtai nazaridan auditoriya beqaror yoki doimiy bo‘lishi mumkin. Muzeyga keluvchilar tarkibi doimiy bo‘lishi-uning faoliyati muvaffakiyatli ekanligi ko‘rsatkichi va uning yanada rivojlanishining muxim omilidir.

Muzey auditoriyasining muxim parametri — uning tayyorgarlik va o‘ziga jalb qilish darajasi hisoblanadi. Bu ba’zan “keluvchining muzeydagi madaniyati” tushunchasi bilan ifodalanadi. Bu yerda gan odamning muzey muhitida o‘ziga yo‘l topa olishi va o‘ziga xos muzey tilini qabul qila olishi haqida bormoqda. Muzey madaniyatiga baho berish mezoni muzeylarga tez-tez borish va tanlash, ekspozitsiyalar bilan maqsadga muvofiq tanishish, yodgorliklarni ko‘rib chiqish va hokazolardan iborat. Muzey auditoriyasini analiz qilishda odamlar muzeyga mustaqil keladimi yoki ekskursion gruppalar tarkibida madaniy-ilmiy chora-tadbirlar ishtirokchisi sifatida

FOR AUTHOR USE ONLY

keladimi, shuni hisobga olish zarur. Bu ma'lumotlarni olish uchun sotsiologik tadqiqot olib borish zarur. Ularning ba'zi birlari muzeyga kelish dinamikasini va xar xil gruppalar ko'p kelishi faktorlarini bildiradi, boshqalari odamlarning ekspozitsion tematikaga va muzeyning alohida predmetlariga qiziqishini o'rganadi, uchinchilari ekspozitsiyalarni idrok qilishini, aniq ekspozitsion yechimlarni va madaniy-ilmiy faoliyat shaqllari samaradorligini taxlil qiladi. Tadqiqot natijalari muzey ishi metodikasini takomillashtirishga, muzey faoliyatini planlashtirish va boshqarish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi.

Ijtimoiy tadqiqotlar maxsus ishlab chiqilgan metodlar asosida olib boriladi, ular qo'yilgan maqsad va vazifalarga qarab tanlanadi. So'rovnoma orqali yetarlicha ishonchli ma'lumotlar to'plash imkoniyati mavjud. Bu so'rov butun muzey tomoshabinlarini va turli kirish guruhlarini qamrab oladi.

Ijtimoiy tadqiqotlar amaldagi auditoriyaning qiziqishlari va ehtiyojlarini aniqlasa, potensial tomoshabinlarni o'rganish uchun esa mahalliy aholiga yo'naltirilgan so'rovnomalardan foydalaniladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ekspertlar bilan bo'ladigan savol-javobda muzeyning axvoli (xolati) va faoliyatining kelajagi xaqida aqlli fikr yuritiladi. Chunki ular muzey xodimlari, pedagoglar, madaniyat xodimlaridar. Tadqiqot natijalarini umumlashtirib, muzey auditoriyasi bilan ishlashni takomillashtirishga qaratilgan aniq choralar ishlab chiqiladi.

8.2 Muzey auditoriyasini o'rganish.

Rossiyada XX asr boshlarida birinchi bo'lib muzey auditoriyasini analiz qilishga o'rinib ko'rilgan, lekin 1920 yil o'rtalaridan u muttasil o'rganila boshladi. Tretyakov galereyasida o'tkazilgan tadqiqotlar ko'lami kengligi bilan ajralib turardi. Bu tadqiqotlar yakuni — "Muzey tomoshabinlarini o'rganish" to'plamining nashr etilishidir (1928 y.). 1930 yil o'rtalarida ko'pgina sotsiologik metodlar asosiy ravishda "soxta ilmiy" deb hisoblanib, muzey auditoriyasini tadqiq qilish amalda cheklab qo'yilgan. Ular faqat 1960-70 yillar arafasida, ya'ni sotsiologiya qaytadan rivojlana boshlagach tiklangan.

Muzey sotsiologiyasining tiklanishida “Muzey va tomoshabin” kompleks tadqiqoti muxim hissa qo‘shdi. Bunday ish 1973-74 yillarda Madaniyat ilmiy-tadqiqot instituti tomonidan Rossiya o‘lkashunoslik muzeylarida, 1978-79 yillarda muzey qo‘riqxonalarda o‘tkazilgan. Bundan maqsad muzey faoliyatiyaing eng muxim masalalaripi va uning auditoriya bilan o‘zaro munosabatini taxlil qilishdan iborat bo‘lgan.

Masalan, muzey ekspozitsiyalari va ekskursiyalarii idrok etish ajoyib natija bergan va ilmiy-oqartuv ishlaridagi muammolar hamda qarama-qarshiliklarni aniqlashga imkon bergan. Tadqiqotlar natijasida “g‘oyaviy fikr” bilan ekspozitsiyalarni tomosha qilish priyatsiplari orasida nomuvofiqdik kuzatilgan. Chunki muzey xodimlari ekspozitsiya tashkil etishda tomoshabinlar ma’lum marshrutga amal qiladi, temalarni ketma-ket o‘zlashtiradi, deb o‘ylagan. Tomoshabinlar esa ekspozitsiyani bo‘lib-bo‘lib tomosha qilgan, marshrutga amal kilmagan, ya’ni ular o‘zini xodimlar o‘ylagandek tutmagan.

Shunday qilib, tadqiqotlar muzeyni to‘xtab-to‘xtab (bo‘lib) ko‘rish an’anasini shaqllantirish zarurligidan dalolat berdi. Buning uchun umuman muzeyni emas, balki aniq ekspozitsiya va eksponatlarni reklama qilish kerak. Tadqiqotchilar ekspozitsiyani obrazli xal etish zarurligini ta’kidladilar, bu esa ularning tomoshabinlarga emotsional ta’sirini yanada ko‘chaytiradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylarning ekskursiya ishlarini o‘rganish ham muxim xulosalar chiqarishga imkon berdi. Xozirgi kunga bag‘ishlangan bo‘lim tomoshabinlarni kam qiziqtirgani tadqiqotlardan ma’lum bo‘ldi. Uni bir akademik soat davomida ko‘rish mobaynida ekskursovodlar gruppani hududning barcha jabxalarini ko‘rsatishga va iloji boricha ko‘proq eksponatlarni ko‘rsatishga harakat qilganlar. Natijada ekspozitsiyalar materiallarga nixoyatda boy bo‘lganligidan muzey predmetlari yuzaki ko‘rsatilgan. Masalan, muzeylarning birida ekskursovod 132 ta eksponatni ko‘rsatgan, shulardan faqat 13 tasi ekskursantlar esida qolgan.

Hududning xozirgi tarixiga bag‘ishlangan bo‘lim ko‘rib chiqilgandagi ma’lumotlar muzey-qo‘riqxonalar bazasida o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasini tasdikladi. Ular tomoshabinlar umumiy ma’lumotlar bilan emas, balki muzey predmetiga mansub aniq

ma’lumotlar bilan qiziqishlaridan dalolat beradi, Shunga ko‘ra, tadqiqotchilar ko‘rsatiladigan ob’ektlarni qunt bilan tanlashpi, predmetlar mazmunini chuqurroq ochib berishni og‘zaki tushuntirishni kamaytirib, ekskursantlar eksponatlarni yaxshiroq ko‘rishiga imkon berishni tavsiya etganlar.

Keyingi o‘n yilliklarda sotsiologik tadqiqotlar tegishli bo‘lim va mutaxassislarga ega bo‘lgan yirik muzeylarda o‘tkazila boshladi. Sotsiologik tadqiqotlar xozirgacha anchagina cheklangap miqdorda o‘tkaziladi, bu esa xozirgi talablarga aniq mos kelmaydi.

Chet el muzeylarida “qaytariladigan bog‘lanish”ga alohida e’tibor beriladi. Bu ish AQSh, Kanada, Buyuk Britaniya, Fransiya, Germaniyada keng quloch yoygan. U yerlarda uzoq muddatli va sistematik tadqiqotlar keng ko‘lamda olib boriladi. Masalan, 1991 yilda Fransiyada muzeylar boshqarmasi buyrug‘iga muvofiq 40 ta muzeyda tomoshabinlarni doimiy (muttasil) o‘rganish loyixasi ishlab chiqilgan. Ko‘p muzeylarda muzey auditoriyasini taxlil qiluvchi maxsus bo‘limlar — marketing va jamoatchilik bilan bog‘lanish bo‘limlari mavjud. Muzey auditoriyasini o‘rganish bilan shug‘ullanadigan strukturalar davlat darajasida tashkil etiladi. Masalan, tomoshabinlarni o‘rganish assotsiatsiyasi (Kanada), Tomoshabinni tadqiq qilish va baxo berish komiteti (AKDI), Viskon universitetidagi tomoshabinlarni o‘rganish xalqaro laboratoriyasi.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘tgan yuz yillikning oxirgi o‘n yilida Yevropa muzeylarida konseptual planda jiddiy o‘zgarishlar yuz berdi. Yangicha tasavvurlarga muvofiq, muzeyning vazifalari faqat xodisa, jarayon, fakt va muzey predmetlari haqida ko‘p bilim berishdan iborat bo‘lmasligi kerak. Tomoshabinning hissiy va idrok holatiga ta’sir etish, uni tarixiy muhit bilan yaqindan tanishtirish va uning tasavvurini faollashtirish – zamonaviy muzeyning madaniy-ma’rifiy faoliyati yangicha konsepsiyasining ustuvor yo‘nalishidir. Muzeyga tashrif buyuruvchi faqatgina tarbiyaviy ta’sir ob’ekti emas, balki teng huquqli muloqot sherigi hisoblanadi. Shu sababli, muzey va auditoriya o‘rtasidagi aloqa birtarafama monolog emas, balki ikki tomonlama dialog shaklida bo‘lishi zarur.

Ko‘pgina muzey muassasalari o‘z faoliyatida marketing yondashuvini rivojlantirish zaruratini yetarlicha anglay olmaslikda qiyinchiliklarga duch keladi. Mutaxassis Uil Filips 1996-yilda "Ob’ektlarni auditoriya bilan bog‘lash" nomli maqolasida muhim fikrlarni ilgari surgan. Uning ta’kidlashicha, tarixiy jihatdan muzey faoliyatining asosi auditoriya emas, balki obyektlar va namunalarni to‘plash hamda ularni izohlashdan tashkil topgan. Shu sababli muzey strategiyasi ko‘pincha orzu doirasida rivojlangan: "Buni to‘plang, va ular keladi".

Ammo bugungi kunda Filipsning fikricha, agar muzeylar o‘ziga ko‘proq tashrif buyuruvchilarni jalb etishni istasa, asosiy e’tibor auditoriyaning istaklari, qiziqishlari va qadriyatlariga qaratilishi lozim. Shu bilan muzeylarning yangi shiori "Ularni biling, va ular keladi" ga aylanadi. Bu "to‘g‘ri" yondashuvni qo‘llash ko‘rgazmani oddiy o‘yin-kulgiga aylantirish demak emas. Buning o‘rniga, u juma kuni kechqurun o‘tkaziladigan tadbirni, yoki seshanba tushdan keyingi ma’ruza o‘rniga shanba ertalab o‘tkaziladigan interaktiv ustaxonaga aylantirish imkoniyatini beradi. Shuningdek, bu ko‘rgazma maydoniga ko‘proq o‘tiradigan joylar yoki tomoshabinlar uchun qulaylik yaratadigan boshqa zarur elementlarni qo‘shish zarurligini anglatadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Auditoriyaning istak va talablarini tushunish, ularni hurmat qilish va ularga javob berish samarali muzey marketingiga olib boradigan asosiy yo‘ldir. Filipsning fikricha, "auditoriya ham xuddi muzey xodimlari tomonidan alohida muhabbat bilan qaraladigan muzey ob’ektlari kabi hurmat, e’tibor va ehtiromni talab qiladi".Marketing yondashuvi rivojlanishi auditoriyaga ularning nigohi bilan potensial mijoz sifatida qarat, ularning tegishli ehtiyoji va istaqlariga mos keluvchi imkoniyatlarimiz va dasturlarimizni tadbiq etishni talab etadi.

"Auditoriya" nafaqat tashrif buyuruvchilardir. Samarali muzey marketingi auditoriya xoxishi va shaxsiy xoxishimizni qondiradigan sharoitlarni yaratish uchun extiyojlarimiz va xoxishlarimizni auditoriyamiz — barcha auditoriya ehtiyojlari va xoxishlari bilan birlashtirishni talab etadi. Umumiy ko‘rinishda marketing bu ayirboshlash. Muzey nimadir beradi va evaziga nimadir oladi. Har qanday bozor shunday tuzilgan va muzey bozori bundan mustasno emas.

Ba’zan, chet el matbuotlarida muzey — “ma’no va fikr-muloxazalar savdosi bilan shug‘ullanadigan korxona”, degan gaplarni eshitib qolamiz. Darhaqiqat, hattoki maxsulot yetarlicha moddiy tabiatga (ko‘rgazma, suvenir, kitob va d.) ega bo‘lsa ham, tashrif buyuruvchilar (xaridor) uchun eng avval uning mazmuni baribir ramziy hisoblanadi. Tashrif buyuruvchilarning ma’lum toifasi uchun muzeyga tashrifi, ular u yerda nima ko‘rganliklaridan qat’iy nazar, ramziy harakat hisoblanadi. Shuning uchun, chunonchi muzeyda keng iste’mol mollarini sotish yoki boshqa joyda ko‘rsatilishi mumkin bo‘lgan xizmatlarii taqlif etishdan ma’no yo‘q. Aksincha, barchasi g‘ayrioddiy, barchasi qimmatbaho, barchasi faqat yuqori sifatli bo‘lgan joy sifatida muzey obro‘ e’tiborini saqlab qolish uchun turli yo‘l bilan jon quydirish lozim. Aniqrog‘i marketing tilida, muzey to‘g‘ri «imidj»ni saqlash xar qanday o‘tkinchi daromaddan muximrox vazifadir, chunki bunday imidj kelajakda bundan-da katta daromadlar keltirishi garovi hisoblanadi. Muzeyda yaratilayotgan muhit ulkan ahamiyatga egadir. Tashrif buyuruvchini kirishda kim kutib oladi, qanday, qaysi so‘zlar bilan, yuz ifodasi qanday, nozirlar uni qaysi nigox bilan kuzatishadi? Tashrif buyuruvchi o‘zini mehmondo‘st mehmon yoki begona kishi sifatidami his qiladi? U muzey xodimlarining samimiy mehmondo‘stligini yoki beparvoligini (hatto noqulay munosabatini) sezadimi? Muhit – bu muzey tomonidan taqdim etilayotgan juda muhim komponentdir. Ushbu muhitning dizayni va sifati nafaqat ekspozitsiya zaliga, balki barcha boshqa xonalar, binolar, tashqi hudud, reklama va bosma materiallarga – ya’ni muzeyga yoki uning faoliyatiga tegishli bo‘lgan har qanday narsaga taalluqlidir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Teatr kabi muzey ham garderobda, kirishda boshlanadi va ba’zi tashrif buyuruvchilar uchun u yerda ham tugaydi, chunki har bir kishini oddiy joylashtirilgan nodir asarlar yoki qadimiy buyumlarni baholash yetarlicha jalb qilmasligi mumkin

8.3 Muzey ko‘rgazmasini tashkil etish.

Muzey ko‘rgazmasini tashkil etishda bir nechta asosiy talablarga rioya qilish zarur:

Muzey ko‘rgazmasi ilmiy konsepsiya asosida shakllantirilishi lozim.

Tarixiy muzeylar uchun bu tarixiylik, ob'ektivlik, ilmiylik talablarini qondirishi va dialektik yondashuvga tayanishi kerak. Ko‘rgazma xronologik izchillikda, voqelikni barcha jabhalari bilan yoritishi, shuningdek, tarixiy hodisalarning sabab-oqibat bog‘liqligi va o‘zaro ta'sirini aks ettirishi talab etiladi.

Muzey obyekti ko‘rgazmada ikki asosiy vazifani bajarishi zarur:

a) u ko‘rgazma mavzusi bo‘yicha faktik dalil, isbotlovchi manba rolini o‘ynashi lozim;

b) u mavzuni yaxlit tushunishga, davr ruhini his qilishga va kompleks ma'lumot olishga yordam berishi kerak.

Ko‘rgazma tashkil etishda jamiyatning tarixiy bilim darajasi hisobga olinishi va uning ilmiy mazmuni o‘rtacha tayyorgarlikdagi tomoshabin uchun mo‘ljallangan bo‘lishi kerak. Har bir mavzu bo‘yicha jamoatchilikning bilim darajasi turlicha bo‘lishi tabiiy. Bu o‘zgaruvchanlikni hisobga olib, ko‘rgazma ilmiy jihatdan haddan tashqari murakkablashib ketmasligiga e'tibor berish lozim. Mavzuning ilmiy jihatdan murakkab tomonlarini maxsus ilmiy anjumanlar, seminar yoki ma'ruzalar doirasida o‘rganish va taqdim etish maqsadga muvofiqdir.

Mavzuli ko‘rgazma tashkil etishda uning mavzuiy tizimi ishlab chiqilishi va muzey obyektlari shu asosda guruhlanib joylashtirilishi zarur.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. *Muzey auditoriyasining sotsiologik ta'rifi va an'anaviy jamoatchilik (public) tushunchasidan farqi nimada?*

2. *Axborotlashgan jamiyatda muzey auditoriyasining raqamli mobil harakatchanligi (digital mobility) an'anaviy muzey modeliga qanday institutsional tahdid soladi?*

3. *Ko'rgazma tashkil etishda madaniy gibridlik (cultural hybridity) tamoyiliga rioya qilishning etik majburiyati nimadan iborat?*

4. *Totalitar tuzumlarga oid eksponatlarni namoyish etishda, ularning "adabiy ko'rinishi" (masalan, qahramonlik allegoriyasi) va tarixiy faktlar o'rtasidagi axloqiy muvozanatni saqlashning optimal strategiyasi qanday?*

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro'yxati:

1. Bitgood, S. C. Social Psychology of the Museum. Museum Education and Visitor Studies. 2006.

2. Falk, J. H., & Dierking, L. D. The Museum Experience Revisited. Left Coast Press. 2013

3. Kotler, N. G., & Kotler, P. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Managing Audiences, Generating Revenue and Resources. Jossey-Bass. 2008

4. Anderson, D. Understanding the Museum Visitor: A Digital Perspective. The MIT Press. 2017

FOR AUTHOR USE ONLY

9-MAVZU: MUZEY PEDAGOGIKASI. BOLALAR MUZEYLARI.

Reja:

9.1 Muzey pedagogikasi.

9.2 Bolalar muzeylari.

Tayanch so‘z va iboralar: *F. Fogt, Ya.K.Frizen, R.Froydental, A.Lixtvark, A. Reyxven, Gregori Ramsey, Muzey pedogogikasi, galereya, fiziologik, abstrakt, kulolchilik, mashg‘ulot.*

9.1 Muzey pedagogikasi.

Xorijiy muzeylar tajribasiga qarasak, muzey pedagogikasi sohasi u yerda allaqachon mustahkam o‘rin egallaganligini kuzatishimiz mumkin. Ta’lim sohasidagi taniqli amerikalik mutaxassis Gregori Remsi ta’kidlaganidek, “maktab va muzey jamiyatga ajdodlar ‘makoni’ sifatida qaytishi kerak, chunki zamonaviy dunyo kattalar uchun qurilgan bo‘lib, unda bolalar uchun joy yetarli emas.” Haqiqatan ham, 1990-yillargacha odamlar uchun yaratilgan qulayliklar va sharotilar, bunyod etilgan turli ma’rifiy markazlar orasida bolalarga mo‘ljallangan maxsus makonlar deyarli yo‘q edi (bolalar ijodiy markazlari va madaniyat uylaridan tashqari). Muzeylar ham shu holatdan mustasno emas. Muzeylar bolalar va o‘quvchilar tomonidan eng ko‘p tashrif buyuriladigan joy bo‘lishiga qaramay, ularning yosh talab va dunyoqarashiga mos ekspozitsiyalar yaratilmagan. Faqatgina ekskursiya rahbarlari tomonidan yosh tomoshabinlarni hisobga olgan holda maxsus turlar tashkil etilgan.

Muzey pedagogikasi nima va u nima uchun zarur? Uzoq yillik jahon tajribasidan kelib chiqqan holda, u bolalarni tarbiyalash jarayonida qimmatli yordamchi, ularning shaxsini shakllantirish, shuningdek, nafaqat o‘z hayoti, balki yuzlab boshqa odamlarning hayoti bilan birga yashash ko‘nikmalarini o‘rgatish, yosh avlodni halokatli yo‘llarga emas, balki ijodiy yo‘llarga yo‘naltirish vositasi hisoblanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey pedagogikasi – pedagogika, psixologiya va muzeyshunoslikning o‘zaro uyg‘unlashuvi natijasida shakllangan intizomlararo yo‘nalishdir. Dastlab, bu tushuncha XX asr boshlarida Germaniyada paydo bo‘lib, ilmiy muomalaga kirgan. Uni amaliyotga tatbiq etishda A. Lixtvark, A. Rayxveyn va R. Froyndental ismlari bilan bog‘liq. Dastlab bu soha o‘quvchilar bilan ishlashga qaratilgan muzey faoliyatining bir yo‘nalishi sifatida talqin qilingan. 1913-yilda A. Lixtvark birinchi marta muzeyning ma’rifiy maskan sifatidagi ahamiyati g‘oyasini ilgari surdi va tomoshabin bilan aloqada yangi usullarni taklif qildi. R. Froyndental birinchi bo‘lib muzeylarda maktab darslarini o‘tish metodikasini ishlab chiqdi. Shuningdek, u muzey muhitida ta’lim jarayonini tashkil etish uchun pedagogik mutaxassis zarurligini ta’kidlab, unga “muzey pedgogi” nomini berishni taklif qildi.

1934-yilda Germaniyada “Muzey pedagogikasi” atamasi rasman qo‘llanila boshlandi. Ya. K. Frizenga ko‘ra, muzey pedagogikasi – bu ma’rifiy ishlar va muzey didaktikasiga tayanadigan, muzey vositalari orqali badiiy tarbiyani amalga oshirish an’anasidir.

F. Fogtning fikricha esa, muzey pedagogikasi – bu muzeylar o‘rtasida hamda ularning kolleksiyalari va tomoshabinlari o‘rtasidagi vositachilik faoliyatidir.

Maktab va muzey o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlar bilan “muzey pedgogi” tushunchasini birinchilardan bo‘lib joriy qilgan, 1939–1944 yillarda Berlin etnografiya muzeyida “Maktab va muzey” bo‘limiga rahbarlik qilgan A. Rayxveyn ham shug‘ullangan.

Jamiyatning barcha qatlamlariga keng ta’sir o‘tkazish uchun muzey va maktabni umumiy maqsad birlashtirgan. Muzeyning birinchi direktori G. Kol uning ta’limiy mohiyatini chuqur anglab: “... Muzey va galereyalar o‘z oldiga ta’limiy maqsad qo‘ymasa, ular zerikarli va foydasiz muassasaga aylanib qoladi.” G. Kolning o‘quvchi va talabalarning ko‘plab avlodiga manfaat keltirgan bu qarashi muzeylarning ta’limiy faoliyat modelini shakllantirishni talab qildi va ushbu yo‘nalishda muzey siyosatiga jiddiy ta’sir ko‘rsatdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

9.2 Bolalar Muzeylari

Muzeyda o‘tkaziladigan mashg‘ulotlarning samaradorligi berlinlik pedagog G. Froyndental tomonidan quyidagi shartlar bilan belgilanadi:

1. Har bir muzey tashrifi aniq o‘quv maqsadiga ega bo‘lishi;
2. Muzeyga tashrif bolalar maktabdagi mashg‘ulotlardan charchagan vaqtda emas, balki ular materiallarni idrok etishga tayyor bo‘lgan vaqtda uyushtirilishi;
3. Faqat bolalar uchun emas, balki kattalar uchun ham og‘ir bo‘ladigan keng qamrovli ekskursiyalardan voz kechish;
4. Bolalarning mavzu bo‘yicha mustaqil ijodiy ishlari (rasmlar, insholar, yasagan modellari) muzeyga tashrifning mantiqiy yakuni bo‘lishi.

G. Froyndental bolalar bilan muzey ta’limini tashkil etishga tayyor mutaxassislarni “muzey pedagoglari” deb atagan. U katta yoshdagi bolalar uchun texnika va maxsus muzeylarni, kichik yoshdagilar uchun esa o‘lkashunoslik, tabiiy-ilmiy va badiiy muzeylarni tavsiya qilgan.

Keyingi yillarda ta’lim sohasidagi islohatlar davrida Rossiyada ham muzey pedagogikasi sohasida bir qator tadqiqotlar amalga oshirildi, ular xorijiy mamlakatlarda ham katta qiziqish uyg‘otdi. Ayniqsa, B. A. Stolyarovning tadqiqotlari diqqatga sazovor. Uning “Muzeynaya pedagogika” kitobida jahon tajribasi asosida muzeyning jamiyat ma’naviy hayotidagi o‘rni nazariy jihatdan asoslangan, muzey ekspozitsiyalari bilan ishlashning shakl va metodlari tavsiya etilgan, turli yoshdagi bolalar va muzey ekspozitsiyalari o‘rtasidagi aloqani tashkil etish modeli ishlab chiqilgan. Shuningdek, ushbu sohada muzey pedagoglari va o‘qituvchilarni tayyorlash bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar berilgan.

Jamiyatning gumanitar yo‘nalishga o‘tishi munosabati bilan, XX asr oxiriga kelib muzeylar soni sezilarli darajada oshdi. Jamiyatda muzeylarga bo‘lgan talab – bu insonning o‘z hayotidagi ma’naviyat va san’at mavqeini anglash ko‘rsatkichidir va uning ijtimoiy-iqtisodiy faoliyatidagi eng oliy maqsadlaridan biri hisoblanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Shunga ko‘ra, muzey va ta’limning o‘zaro aloqadarligining chuqurlashuvi turli bilim soxalari va faoliyatining integratsiyalashuvining umumiy yo‘nalishining ifodasi bo‘lib qoldi.

Kuzatishlar shuni ko‘rsatadiki, muzeylarning umumiy ta’lim jarayoniga integratsiyasi insonning psixologik va axloqiy jihatdan shakllanishiga, shuningdek zamonaviy o‘zgaruvchan dunyoda muvaffaqiyatli yashashga, ijtimoiy-ma’naviy transformatsiyalar faol ishtirokchisiga aylanishiga yordam beradi. Bunda o‘quvchi muzeylardagi madaniy merosni kuzatish, o‘rganish va chuqur anglab yetish orqali o‘z hayot faoliyatiga yangi mazmun kiritadi. Chunki muzey va ta’lim muassasalari o‘rtasidagi hamkorlik ma’naviy boyliklar, san’atda aks etgan voqea-hodisalar va insonning ichki hamda tashqi hayotini yangilash imkoniyatini taqdim etadi.

Ta’lim-tarbiyani rivojlantirishga qaratilgan umumiy pedagogik vazifalar muzey faoliyatini ham pedagogik jihatdan boyitishni talab qiladi. Shu asosda, ta’lim muassasalari va muzeylar o‘rtasidagi hamkorlikning asosiy maqsadi zamonaviy tsivilizatsiyalashgan jamiyatda muvaffaqiyatli yashash va o‘z yo‘lini topishga qodir bo‘lgan yaxlit, barkamol shaxsni tarbiyalashdan iboratdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bugungi kunda esa muzeylar faoliyatining ta’limiy maqsadiga maktabga yaqinlashtirishgina emas, balki ta’lim muassasalarining faoliyatini ham muzey bilan aloqasini amalga oshirish natijasida hamkorlik pedogogikasini amalga oshirishdan iboratdir.

Muzey faoliyatini ta’lim-tarbiya maqsadlariga yo‘naltirish zamonaviy hodisa emas, balki u chuqur tarixiy ildizlarga ega. Rossiya, Amerika Qo‘shma Shtatlari, Buyuk Britaniya, Fransiya va Germaniya muzeylari san’at va ilm-fanni ommalashtirishni asosiy vazifalaridan biri sifatida belgilagan.

Misol uchun, Fransiyadagi Luvr muzeyining kolleksiyasi nafaqat tomoshabinlarning bilimlarini kengaytirishga, balki arxeologiya va tarix kabi fan sohalarini rivojlantirishga ham sezilarli ta’sir ko‘rsatgan. Shu sababli, uni to‘liq ma’noda ta’limiy-tadqiqot muassasasi deb atash mumkin.

Luvr muzeyi tashkil etilganidan boshlab o‘z faoliyati davomida “bilim tarqatish va insonlarga estetik zavq bag‘ishlash” printsipini amalga oshirdi.

Amerika Qo‘shma Shtatlarining eng nufuzli muzeylaridan biri bo‘lgan Nyu-Yorkdagi Metropolitan muzeyi ta’limiy vazifaga alohida e’tibor beradi. Bu yerda badiiy san’atni o‘rganish va targ‘ib qilish maqsadida nemis va ingliz muzeylarining ilg‘or tajribalari o‘rganilgani ma’lum. Hozirgi kunda Metropolitanning ko‘lami, kolleksiyalarining sifati, shuningdek, tomoshabinlar bilan o‘tkaziladigan ekskursiyalar, konsertlar, ma’ruzalar va kinokuzatuvlar kabi tadbirlar muzeyning ta’limiy yo‘nalishiga berilayotgan ustuvor ahamiyatni tasdiqlaydi.

Metropolitan muzeyida tomoshabinlarni ekspozitsiyalar bilan tanishtirish uchun dastlabki yo‘l ko‘rsatkichlar va o‘qituvchilar uchun metodik qo‘llanmalar nashr etildi. Dam olish kunlarida esa keng jamoatchilik uchun ma’ruzalar o‘tkazildi. Biroq, garchi muzey ta’limi sohasida alohida dasturlar ishlab chiqilgan bo‘lsa-da, ta’lim amaliyoti shuni ko‘rsatdiki, maktab ta’limi va muzey ta’limi o‘rtasida sezilarli farqlar mavjud. Shu sababli Metropolitan muzeyi tarixiy obyektlardan foydalangan holda tarix, geografiya va boshqa maktab fanlari bo‘yicha mashg‘ulotlarni tashkil etishda namunali misol bo‘lib xizmat qilgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

So‘nggi yillarda ta’lim sohasida amalga oshirilgan islohotlar davomida Rossiyada ham muzey pedagogikasi sohasida bir qator tadqiqot ishlari olib borildi. Ushbu ishlar xorijiy mamlakatlarda ham qiziqish uyg‘otdi. Bu borada ayniqsa B.A. Stolyarovning tadqiqotlari alohida e’tiborga sazovor. Muzey pedagogikasida ilgari muzeyda olib boriladigan ta’lim-tarbiya ishlarining asosan nazariy va amaliy jihatlari o‘rganilgan bo‘lsa, B.A. Stolyarov ushbu muammoga yangicha yondashdi. U ta’lim muassasalari bilan muzey o‘rtasidagi hamkorlik pedagogikasini tarixiy-qiyosiy, nazariy va amaliy jihatdan tadqiq etdi. Bu sohadagi jahon tajribasini o‘rgab, uning zamonaviy nazariy asoslarini ishlab chiqdi. Muzey ekspozitsiyalari bilan ishlashning shakl va usullarini taklif qilib, turli yoshdagi bolalar va muzey ekspozitsiyalari o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir modellarini, eng muhimi, muzey va maktab o‘rtasidagi integratsion aloqalar modelini yaratdi. Shu bilan birga, ushbu sohada muzey pedagogi va o‘qituvchilarni tayyorlash bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar berdi.

A. Rayxveyn esa muzeylarda pedagogik faoliyatni rivojlantirish uchun asosan ekspozitsiyalarni maktab o‘quv dasturlariga moslashtirish, o‘qituvchi, o‘quvchi va

muzey o‘rtasidagi hamkorlikni ta’minlash, shuningdek maktab o‘qituvchilarining malakasini muzey mutaxassislari yordamida oshirish kabi vazifalarni amalga oshirish zarurligini ta’kidlagan.

Bugungi kunda muzey pedagogikasi oldida turgan vazifalar ko‘p qirrali bo‘lib, ular tashrif buyuruvchilarni muzeyda namoyish etilayotgan voqea-hodisalarni his qilish, eshitish, muhokama qilish va ulardan saboq olishga yo‘naltiradi.Muzeyda turli toifadagi avlodlar uchrashuvi va muloqoti uchun shart-sharoitlar yaratish esa yaxshilik va yovuzlik, donolik va nodonlik, xaqiqat va tuxmat kabi xislatlarning mazmun mohiyatini tushunishda muxim ahamiyat kasb etadi.

Xorijiy muzey amaliyotida muzey pedagogikasi bolalarning jismoniy va ruhiy rivojlanish bosqichlarini hisobga olgan holda turli o‘quv metodlaridan foydalanadi.

Yetti yoshgacha bo‘lgan yosh bolalar uchun tayyorlangan maxsus dasturlarda ularning abstrakt tushunchalarni to‘liq idrok eta olmasligi e’tiborga olinadi. Buning o‘rniga har bir voqea va hodisani oddiy va aniq ma’lumotlar shaklida taqdim etish tavsiya qilinadi. Bu yoshdagi bolalar davr va vaqt tushunchalarini faqat tashqi muhit bilan bog‘lab tushunadi. Shu sababli, ekskursiya rahbari dinozavrlar va qadimgi ajdodlarni aniq bir davrga mansubligini ta’kidlab o‘tmasligi kerak. Buning o‘rniga, bolalarga tarixiy faktlar emas, balki qadimgi hayvonlar haqida hikoya qilish va ularning tasavvurini rivojlantirishga yo‘naltirish maqsadga muvofiqdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

7-11 yoshgacha bo‘lgan bolalar vaqt haqida ma’lum tasavvurga ega bo‘lsada, lekin abstrakt tushunchalarni qabul qilishga tayyor bo‘lmaydi. Bu yoshda o‘quvchilarni muzeyga tashrifini shakllantirish, shuningdek, ekspozitsiyadan olgan ma’lumotlarini o‘z tajribasi bilan uzviy bog‘lashga o‘rgatish kerak.

9-12 yoshdagilar abstrakt tushunchalarni tushunadi, lekin psixiologik tomonidan ko‘prok ularga bilimning sensor shaklidagi usullari to‘g‘ri keladi.

Muzeylarda ta’lim dasturini amalga oshirish bir necha bosqichlarni o‘z ichiga oladi. Masalan, ekskursiya rahbari tashrifni boshlashdan oldin bolalar bilan o‘zaro muloqot o‘rnatib, ular bilan yaqin aloqa bog‘lashi va iliq munosabatni shakllantirishi kerak. Tarixiy muzeylardagi ekspozitsiyalar, tarixiy atamalar va jarayonlar bolalar tomonidan to‘liq tushunish va qabul qilinishi qiyin. Shu sababli, muzey pedagoglari

ekskursiya materiallarini obyektlarni taqqoslash, farqlash yoki o‘xshash narsalar bilan bog‘lash orqali tushunarli qilishadi.

Muzey pedagogi ma’lum bir voqea yoki hodisa haqida o‘quvchilardan savollar berib, ulardan kuzatish, tahlil qilish va yechim topishni talab qiladi. Bu yondashuv yoshlarning ekspozitsiya materiallariga nisbatan qiziqishini oshirish va ularning shaxsiy qarashlarini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi.

Muzeyda yosh tashrif buyuruvchilar ko‘proq erkinlik va mustaqillikni afzal ko‘radi. Ularga eksponatlarni qo‘l bilan tekshirish va ular bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqa o‘rnatish imkonini berish maqsadida ko‘plab muzeylar eksponatlar nusxalari, maketlari yoki mulyajlaridan foydalanadi. Bu materiallar o‘quvchilar uchun beqiyos o‘quv vositalari hisoblanadi. Shu sababli, ko‘plab muzeylar o‘z zallarida bolalar uchun eksponatlar nusxalarini yaratib, ularga obyektlarning og‘irligi, o‘lchami, shakli yoki ishlatish usulini amalda sinab ko‘rish imkonini beradi. Bundan tashqari, tarixiy shaxslar liboslarini kiyib ko‘rish, zodagon ayollarning taqinchoqlarini taqib ko‘rish yoki qadimiy kulolchilik charxida idishlar yasash o‘quvchilarda katta taassurot qoldiradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Hozirgi kunda ko‘plab xorijiy muzeylar teatrlashtirilgan sahnalardan samarali foydalanmoqda. Bu usul ayniqsa tarix va texnika muzeylarida samarali natijalar beradi. Bunday ko‘rgazmalar bir guruh muzey xodimlarining ma’lum bir davrni ifodalovchi qahramonlar obrazi sifatida namoyon bo‘lishi yoki ekskursiya rahbarlarining mavzuviy liboslar kiyishi orqali amalga oshiriladi. Bu sahnalar bolalarni nafaqat o‘ziga jalb qiladi, balki ularga mavzuga bo‘lgan qiziqishni ham kuchaytiradi.

Tarixga ixtisoslashgan muzeylarda turli loyihalar orqali ishlash imkoniyatlari keng. Misol uchun, har bir eksponatning o‘ziga xos tarixi mavjud. Uni nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham tomoshabinlarga namoyish qilish va ularning faol ishtirokini ta’minlash mumkin. Kulolchilik jahon tarixidagi eng qadimgi hunarmandchilik sohalaridan biri bo‘lib, uning taraqqiyot bosqichlari va o‘ziga xos xususiyatlarini qiyoslash orqali o‘quvchilarni kulolchilik rivojining barcha jihatlari bilan to‘liq tanishtirish mumkin.

Shuningdek, nafaqat ma'lum hudud balki jahon sivilizatsiyasida kulolchilik taraqqiyotining o'rnini ham ko'rsatish maqsadga muvofiqdir. Albatta, bu tushuntirishlar amaliy mashg'ulotlar – masalan, kulolchilik buyumlarini yasash va ularning davrini aniqlash kabi ishlar bilan birga olib borilishi lozim. Bunday amaliy mashg'ulotlarni qog'oz yasash, kashtachilik, kandakorlik, to'qimachilik, tasviriy san'at, muqovasozlik, yozuv tarixi, numizmatika kabi qadimdan rivojlangan va insoniyat madaniyati taraqqiyotiga o'z hissasini qo'shgan sohalar bo'yicha ham tashkil etish mumkin.

Umuman olganda, hozirgi zamonaviy muzeylar bolalar bilan ishlashning turli innovatsion usullarini izlanmoqda va amalga oshirmoqda. Ushbu usullarning soni va qo'llanish doirasi juda keng bo'lib, har bir muzey o'ziga xos xususiyatlari va faoliyatining asosiy mazmunidan kelib chiqgan holda ushbu yo'nalishlarni amalga oshirishi zarur.

Barcha yangi yo'nalishdagi loyixalar va usullar bolalarni muzeyga nisbatan bo'lgan qiziqishini ortiradi va dunyoqarashini shaqllantirishda muxim ahamiyat kasb etadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

XX asr "bolalar asri" deb nomlangan, chunki bu davrda bolalar madaniyati jadal rivojlandi: ular uchun maxsus muzey va teatrlar tashkil etildi, bolalar adabiyotining asoslari qo'yildi, maktabgacha ta'lim muassasalari barpo etildi va bolalar uchun mo'ljallangan alohida kiyimlar paydo bo'ldi.

Muzeyshunoslikning zamonaviy yo'nalishlaridan biri – muzey pedagogikasi – mamlakatimiz muzeyshunoslari va pedagoglari uchun hali o'z to'liq imkoniyatlarini ochib bermagan sohadir. Jiddiy ilmiy izlanishlar va amaliy tajribalar orqali ushbu sohani rivojlantirish va sezilarli natijalarga erishish mumkin. Chunki xorijiy muzeylar bu yo'ldan o'tib, hozirgi kunda ko'plab bolalar muzeylarini faoliyatga kiritgan. Bolalar uchun maxsus yaratilgan muzeylar ularning tarix, tabiat va umuman insoniyat madaniyatiga bo'lgan qiziqishini oshirishga, yoshdan boshlab dunyoqarashini shakllantirishga, tafakkurini boyitishga va mustaqil fikrlash ko'nikmalarini rivojlantirishga xizmat qilmoqda.

Mashxur pedagog A.U.Zelenko “Insoniyat madaniyati yaratgan yangi — mustaqil bolalar muzeyi o‘ziga to‘g‘ridan-to‘g‘ri maktab ta’lim tizimidagi qo‘llanma bo‘lish vazifasiii olmagan, shuningdek kattalar qiziqishidan kelib chiqqan xolda to‘plangan bolalar ijodiyoti kolleksiyasidan iborat emas, balki kattalar uchun tashkil etilgan zamonaviy umumiy muzeylar kabi “kichkinagina xalqning” qiziqishlarini keng masshtabda qoniqtiruvchi maskandir”- deb bejiz aytmagan edi. A.U.Zelenko 1926 yilda Amerikada tashkil etilgan bolalar muzeylari haqida ma’lumot beruvchi dastlabki kitobni yozdi. U mamlakatdagi bolalar muzeylarini faoliyatini o‘rganib, o‘zining bolalar muzeyi konsepsiyasini ham yaratdi. XX asr boshlarida dunyo bo‘yicha faqatgina Amerikada dastlabki bolalar muzeyiga asos solingan. Bu yerdagi bolalar muzeylarining asosiy shiori “iltimos ushlab ko‘r” degan iboradan iborat bo‘lib, u F.Frebel va M.Montessorining didaktik usullariga borib taqaladi, Aynan shu insonlarning pedogogika va psixologiya soxalaridagi yangi g‘oyalari, bolalarni muzeylarning muntazam ravishdagi tashrifchilariga aylantirishda muxim rol uynadi. Ularning usullari avval Germaniyada, keyin Italiyaga, Yevropa, Amerika va Rossiyaga tarqaldi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Keyinchalik bunday muzeylar Kanada, Yangi Zelandiya, Avstraliya, Yaponiya va markaziy Yevropa mamlakatlarida ham faoliyat ko‘rsata boshladi. 1990 yillarda jahon bo‘yicha ularning soni 400 dan oshdi. Ular orasida Amsterdamdagi Tropik muzeyi, Gaagadagi (Niderlandiya) “Muzeon” nomli bolalar ma’rifiy markazi, Avstriyadagi “Bolalar dunyosi”, Londondagi “Kashfiyotlar fabrikasi” va Buyuk Britaniyadagi “Evrika” muzeylari juda mashxurdir.

1960-yillarni tadqiqotchilar bolalar muzeylari renessansi deb ataganlar. Bu muzeylar xususiy tashkilotlar, ayollar jamiyati, universitetlar, maktablar, xalq uylari, shaxar ta’lim tizimi va ijodiyot uylari tomonidan tashkil etilib, ularning birontasi ham bir-biriga o‘xshamas edi. 1970-yillarga kelib Germaniyada, 1990-yillarda Rossiyada ham bolalar muzeylari faoliyat ko‘rsata boshladi. Aynan shu muzeylar muzey pedogogikasi yo‘nalishini rivojlantirishda muxim omil bo‘lib xizmat kdldi. 1993-yilda birinchi marta bolalar va o‘smirlar muzeylarining xalqaro konferensiyasi o‘tkazildi.

Bolalar muzeylari asosan ikki yo‘nalish amerikada va yevropacha usullarida tashkil etila boshlandi. Birinchi tur bo‘yicha muzeylar asosan interfaol muzey konsepsiyasi asosida tashkil etilgan bo‘lib, unda bolalar predmetlarning muhiti va uning ijtimoiy harakatini o‘zaro muloqot bilan xis etib ko‘rish imkoniyati yaratilgan. Bunday muzeylardagi xar bir eksponat bolalarga dunyo haqidagi tushunchasini boyitish, o‘zaro aloqada bo‘lish va ijtimoiy muhitni xis etishga yordam bo‘ladi.

Bolalar muzeyining yevropacha usulida esa interfaollikdan tashqari tarixiy va madaniy muhitni xis etish yoki shu muhitning ajralmas bir qismiga aylanishga imkon beradi. Masalan, bu yerda ko‘prok faqatgina ma’rifiy-tarbiyaga, balki muzey eksponatlariga katga e’tibor beriladi. Asl eksponatlar qatorida bolalar tomonidan yaratilgan eksponatlar ham joy olada. Bu bolalarga yudori darajada rivojlangan madaniyat bosqichlarida o‘zlariiing ham oz bo‘lsada hissasi borligi haqidagi tushuncha hosil bo‘ladi.

So‘nggi yillarda bolalar muzeylarining turlari va faoliyat yo‘nalishlari sezilarli darajada ko‘paymoqda. Ushbu muzeylar yoshlarni vatanparvarlik ruhida tarbiyalash, mustaqil fikrlash qobiliyatini shakllantirish, voqea-hodisalarga mas’uliyat bilan munosabatda bo‘lish va eng muhimi, o‘z moddiy va madaniy merosini qadrlash hissini uyg‘otishda muhim vazifani bajaradi. Bunday muzeylar bolalarga o‘yin, ijodiy jarayon va o‘zaro muloqot orqali o‘zlarini atrofidagi dunyoni anglash va o‘rganish imkonini beradi.O‘quvchilarga maktabda emas, balki aynan shunday muzey ekspozitsiyalarida dars o‘tilishi ko‘prok ijobiy natijalarni bermoqda. Chunki maktabdagi ta’lim jarayoni o‘quv dasturiga asoslangan bo‘lib, o‘quv jarayoni chegaralangan va bilim darajasi nazorat qilingan bo‘ladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Shuningdek, ushbu muzeylarda faqat bolalar emas, balki pedagoglarning ham faol ishtiroki alohida e’tiborga loyiqdir. O‘qituvchilar bolalarni muzeyga olib keluvchi dastlabki va eng muhim rahbarlardir. Ko‘plab muzeylarda o‘qituvchilar uchun maxsus tayyorgarlik kurslari, ekskursiyalarni tashkil etish va malaka oshirish dasturlari joriy etilgan. Bu pedagoglarga mavzuni an’anaviy o‘quv dasturidan tashqari, qo‘shimcha materiallar (eksponatlar) asosida, qat’iy vaqt chegarasisiz tushuntirish imkoniyatini beradi. Bunday sharoitda ular o‘z bilimlarini boyitish, yangi ta’lim usullarini o‘rganish

hamda o‘qituvchi va o‘quvchi o‘rtasida sinfdagi muhitdan keskin farq qiluvchi, erkinroq va samimiy munosabatlar shakllantirish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bunda pedagog va o‘quvchi o‘rtasida o‘zaro ishonch va ochiq muloqot asosiy o‘rin tutadi.

1988-yilda Germaniya Muzeyshunoslik Instituti tomonidan o‘tkazilgan sotsiologik tadqiqot natijasida mamlakatdagi 1460 ta muzeyning 84 foizi o‘zining asosiy vazifasini bolalar va yoshlar bilan ishlash deb hisoblagan. Ulardan 78,6 foizi maktablar bilan, 46 foizi esa oliy ta’lim muassasalari bilan muntazam hamkorlik olib borgan. Haqiqatan ham, bugungi kunda muzeylar asosan yoshlarning qiziqish va ehtiyojlarini qondiradigan, ularga tarix bilan bevosita aloqa qilish imkonini beruvchi yagona noyob makonga aylanmoqda.

XX asrga kelib, nafaqat keng auditoriya, balki faqatgina bolalarga mo‘ljallangan, ularning bilim olish jarayoniga yordam beradigan yangi turdagi maxsus bolalar muzeylari shakllana boshladi. Bolalarning mantiqiy fikrlash jarayoni o‘ziga xos sxemaga ega bo‘lib, ular uchun kattalar uchun mo‘ljallanganidan farqli ko‘rgazma maydonlarini yaratish zarur edi. Bunday muzeylarning paydo bo‘lishiga asosan bolalarning kattalardan farqli xatti-harakatlari va talablari sabab bo‘ldi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Birinchi bunday muzey Nyu-Yorkning Bruklin shaxrida 1899 yil tashkil etildi. Uning markazida Bruklin san’at muzeyi yangi binoga ko‘chganda bolalar uchun qoldirgan buyumlar, mineral toshlar, chig‘anoqlar va boshqa qiziqarli buyumlardan ekspozitsiya yarata boshlashdi. Muzey tashkilotchisi tarix fani o‘qituvchisi Anna Galti bolalar faqatgina muzeyni tomosha qilibgina qolmay, turli tajribalarni ham o‘tkazishlari kerak deb hisoblardi. Keyinchalik, muzey ustaxonasi va klubga, kutubxonaga anatomik va botaniq laboratoriyaga, kinoteatrga, badiiy-tarixiy va texnik kolleksiyalarga ega bo‘ldi.

XX asrning birinchi o‘n yilligida Bruklin muzeyi misolida Bostonda, Detroytda, Indiapolisda, keyinchalik mamlakatning boshqa regionlarida ham Bolalar muzeylari ochildi. Hozirgi davrda ham faoliyat yuritayotgan Bolalar muzeylarining aksariyati AQShda joylashgan. Yevropada esa Bolalar muzeylari 1976-yildan boshlab tashkil etila boshlagan. Alohida mashxurlik Parijdagi La Villet va texnika shaxri, Parijdagi J.Pompedu nomidagi San’at va madaniyat milliy markazi, Edinburgdagi Bolalar

muzeyi, Venaning “muzeylar kvartalidagi” Bolalar muzeyi, Gaagadagi "Muzeon" muzeylariga tegishli.

1990 yillarda muzeylarga qarashli mustaqil Bolalar muzeylari Rossiya shaxarlarida ham tashkil etildi. Bular: Irkutsk shaxridagi Bolalar muzeyi, Smolenskdagi "Ertaklar olamida" Bolalar muzeyi, Bolalar tarixiy muzeyi (Sankt-Peterburgdagi Rossiyaning siyosiy tarixi muzeyi qoshida) Xalq Etnografiyasi Bolalar muzeyi va boshqalar.

Yirik davlat muzeylari asosan nodir tarixiy ahamiyatga ega moddiy yodgorliklar to‘plami asosida tashkil etilsa, bolalar muzeylari esa birinchi navbatda pedagogik jihatdan muhimdir. Ularning asosiy vazifasi – bolalarga atrofidagi dunyoni anglash va o‘rganishda yordam berishdir. Bolalar muzeylarida noyob buyumlar bilan bir qatorda, bolalarning kundalik hayotida uchraydigan oddiy narsalar ham joy oladi. Alohida ahamiyatga ega bo‘lgan eksponatlar – bolalar bemalol qo‘llariga olib ko‘rishlari va sinab ko‘rishlari mumkin bo‘lgan obyektlardir.

Bolalar muzeylaridagi ekspozitsion va tarbiyaviy ishlar bolalarning yoshiga qarab belgilanadi. Bolalar dunyoni qabul qilishda o‘yinlardan, ijoddan va muloqotdan foydalangani maqsadga muvofiqdir. J. Pompido nomidagi Milliy madaniyat va san’at markazi qoshidagi bolalar studiyasida asosiy maqsad bolalar tinglashni va qabul qilishni o‘rganishi kerak deb tushuniladi. Studiya bolalarni his qilishga o‘rgatish kerak deb hisoblaydi. Har bir tashkil etilgan to‘garak bolalarda noan’anaviy tarzda o‘qitilishini o‘zini anglashga undashini oldiga maqsad qilib qo‘yadi. Rasm to‘garagi-ranglar, hajmlar, plastika, musiqa yordamida ishlaydi. Interer va uskunalar bolalar xoxishiga qarab yaratilishi ular ishtirokida yaratilgan studiyaning poli yashillik, gullar va o‘simliklar bilan qoplangan. "Rasm doskasi"da istalgan manzarani yaratishi, musiqa maydonchasida katakchalar tuzilgan, katakchani bossangiz sizning harakatingizni takrorlaydigan musiqa yangraydi.

Parijdagi La Villet markazida bolalar uchun-invetorium tashkil etilgan. Bu yerda Kashfiyotlar zali bor, ular 3 yoshdan 6 yoshgacha bolalarga mo‘ljallangan. Kashfiyotlar zaliiing asosiy maqsadi har xil o‘yinlar yordamida ilmiy izlanishlarni va yaratilgan kashfiyotlarni tushuntirish. Masalan: Sovun ko‘pik- larining xajmi bolalarga

FOR AUTHOR USE ONLY

matematik qonunlarga buysunadigan jismlar tuzilishini taqqoslashni o‘rgatadi. Texnik o‘yinlar esa, uni tushunishga yordam beradi.

Hozirgi davrda butun dunyo bo‘ylab muzeylar kelajak avlod tarbiyasida tobora muhim rol o‘ynamoqda. Aynan shu sababli XXI asrning boshlarida global miqyosda bolalar muzeylarini rivojlantirish borasida faol jarayonlar boshlandi. Muzey pedagogikasi ko‘plab mamlakatlarda kundalik hayotning ajralmas qismiga aylanib bormoqda.

Bolalar uchun mo‘ljallangan maxsus muzeylar ularning tarix, tabiat va insoniyat madaniyatiga bo‘lgan qiziqishini oshirishga, yoshdan boshlab dunyoqarashini shakllantirishga, tafakkurini boyitishga va mustaqil fikrlash qobiliyatini rivojlantirishga xizmat qiladi.

So‘nggi yillarda bolalar muzeylarining turlari va faoliyat yo‘nalishlari sezilarli darajada kengaydi. Ushbu muzeylar yoshlarni vatanparvarlik ruhida tarbiyalash, mustaqil fikrlash, voqea-hodisalarga mas’uliyat bilan munosabatda bo‘lish va eng muhimi, o‘z moddiy va madaniy merosini qadrlash hissini uyg‘otishda asosiy manba vazifasini bajaradi. Bunday muzeylar bolalarga o‘yin, ijodiy jarayon va o‘zaro muloqot orqali o‘zlarini atrofidagi dunyoni anglash va o‘rganish imkonini beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Chunki maktabdagi ta’lim jarayoni o‘quv dasturiga asoslangan bo‘lib, o‘quv jarayoni chegaralangan va bilim darajasi nazorat qilingan bo‘ladi. Muzeyda esa aksincha, u bolalarga turli voqea va hodisalarga to‘la xayotimizning sir-sinoatlarni bilishga va ularni yanada chuqurroq o‘rganishga keng imkoniyat ochib beradi. Vaqt va bilim chegarasi uning xoxish irodasi bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi. Bu albatta, bolalarga erkin harakat, fikrlash va dunyoqarashini kengaytirish imkoniyatini yaratdi. Bugungi kunda muzeylar asosan yoshlarning qiziqishlari va ehtiyojlarini qondiradigan, ularga tarix bilan bevosita va erkin aloqa qilish imkonini beruvchi noyob va qiziqarli makonga aylanmoqda.

"Bolalar muzeyi" an’anaviy kattalar muzeylaridan farq qiladi – u yerda an’anaviy fondlar yoki vitrinalar bo‘lmasligi mumkin, lekin muzey eksponatlarini qo‘lga olib ko‘rish va sinab ko‘rish mumkin. Bolalar muzeyi dasturlari bolalarning tasavvurini, ijodiy qobiliyatini va mulotaviy ko‘nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan. Hozirgi

kunda 400 dan ortiq bolalar muzeyi mavjud bo‘lib, ular dunyodagi eng faol va mashhur muzeylar qatoriga kiradi. Bunday muzeylarning katta qismi (deyarli 300 tasi) Amerika Qo‘shma Shtatlarida joylashgan, shuningdek Yevropaning barcha yirik poytaxtlarida ham shunga o‘xshash muassasalar faoliyat yuritadi.

Forbes jurnali tomonidan eng yaxshi bolalar muzeylari sifatida tan olingan to‘qqizta ajoyib muassasa turli o‘yinchoqlar to‘plami, suv osti dunyosi, badiiy ustaxonalar va boshqa ko‘plab interaktiv jarayonlarni uyg‘unlashtiradi.

Chexiyadagi o‘yinchoqlar muzeyi mashxur chex rejissyori va rassomi Ivan Shtayger tomonidan to‘plangan o‘yinchoqlar kolleksiyasi asosida yaratilgan bo‘lib, ajoyib kolleksiyaga egaligi bilan dunyoda biripchi o‘rindagi bolalar muzeyi sifatida e’tirof etilmoqda. Bu muzeyning filiali Myunxen shaxrida ham faoliyat olib boradi.

Ivan Shtayger nomidagi O‘yinchoqlar muzeyi (Chexiya) har bir bolaning orzu qiladigan va qiziqishini uyg‘otadigan turli o‘yinchoqlarni o‘z ichiga oladi. Kolleksiyada eng qadimiy va o‘ziga xos o‘yinchoqlar bilan bezatilgan maxsus sandiqlar, Barbi dunyosi qo‘g‘irchoqlari, bug‘ bilan harakatlanadigan mashina modellari, mashhur kino yulduzlari va harbiy qo‘mondonlar haykallari kabi eksponatlar mavjud. Shtayger o‘yinchoqlari nafaqat bolalar uchun qiziqarli, balki insoniyatning bosqichma-bosqich rivojlanish tarixini ham aks ettiruvchi omillardir. Bolalar u yerdagi qadimgi Misrdan topilgan o‘yinchoqdar, hindular tomonidan nondan yasalgan xayvonlar shaqllari bilan tanishar ekan, turli xalqlarning tarixi va rivojlanish jarayonlari xususida ham ma’lumot oladilar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Sharl Perro qasr-muzeyi butun oila uchun jozibali tashrif maskani hisoblanadi. Binoda 160 ga yaqin mumdan yasalgan haykallar saqlanadi. Ular orasida Etik kiygan mushuk, dahshatli Ko‘ksoqol, Qizil shapkacha kabi mashhur ertak qahramonlarining tasvirlarini uchratish mumkin. Dam olish kunlari va ta’til davrlarida bu qahramonlar "jonlanadi" – ya’ni tomoshabinlar oldida ertaklardagi sahnalar jonlantiriladi. Bu jarayonda Zolushka tuflichasini yo‘qotib qo‘yadi, Mitta bolakay (Malchik-spalchik) odamxo‘r dev qo‘liga tushib qoladi, uyqudagi go‘zal esa (Спящая Krasavitsa) gnomlar bilan qo‘shiq kuylaydi. Qasr-muzeyning o‘ziga xos oshxonasi mavjud bo‘lib, u yerda bolajonlarga shirinliklardan bayramona dasturxon tuzaladi. Qasr atrofidagi

katta bog‘da yashil labirint yaratilgan bo‘lib, u yerdan bolalar yashirilgan xazinani qidirishadi. Bu bilan ular bog‘dagi yashil olam ya’ii o‘simliklar va daraxtlar bilan tanishishlari mumkin. Har yili 17-dekabrdan 3-yanvargacha qasr minglab turli rangli va ajoyib yangi yil chiroqlari bilan bezatilib, yorug‘likli muhit yaratiladi.

Fransiyadagi Sharl Perro qasr-muzeyi bilan bir qatorda, bolalar sevgisini ifodalovchi dunyoning eng diqqatga sazovor muzeylaridan biri Shvetsiyadagi Astrid Lindgren muzeyidir. Muzey bir nechta mavzuli qismlarga bo‘lingan: turli o‘yin maydonchalari, “ertaklar olami” bo‘limi, Karlson retsepti asosidagi oshxona hamda kichkina kitob do‘koni mavjud.

O‘yingox maydonida turli shved ertaklari qaxramonlarining uychalari joylashgan. Ular orasida Petson va Findus uyi, Peppi Uzun paypoq (Peppi Dlinnыy Chulok) villasi maketi, Karlson yashaydigan tomcha ham mavjud. Xar bir uychada haqiqiy mo‘jaz mebelllar, kiyimchalar, idish-tovoqlar mavjud bo‘lib, bolalar ularii ushlab ko‘rishi va uynashi mumkin. Turli buyumlar yordamida bolajonlar bu yerda qiziqarli spektakllarni saxnalashtirib, o‘zlarining dramaturgiya qobiliyatlarini shakllantiradilar.

Shvesiyadagi Astrid Lindgren muzeyi. Bularning orasida eng ajoyibi ertak poezd bo‘lib, Astrid Lindgren muzeyidagi barcha ertaklarni relslar orqali tomosha qilish imkonini beradi.

Finlyandiyadagi Mumi-trollar muzeyi Tampere shahridagi kutubxona yerto‘lasida joylashgan. Mumi-trollar (mifologik yer osti mavjudotlari) hayotiga bag‘ishlangan ushbu muzeyda Lyuisa Kerroll va J. R. Tolkien asarlari asosida yaratilgan 2000 dan ortiq rasm, eskiz va illyustratsiyalar to‘plangan. Bolalar bu erga nafaqat rasm ko‘rish, balki 2,5 metrlik mumi-trollarning ulkan uyida mehmon bo‘lish uchun ham kelishadi. Uy besh qavatdan iborat bo‘lib, ko‘plab xonalarni o‘z ichiga oladi. Afsuski, bolalar bu xonalarga kira olmaydilar, faqatgina tomosha qilishlari mumkin.Har bir xona turlicha jixozlangan bo‘lib, hammasi mitti chiroqchalar bilan yoritiladi. Uyning eng chekkadagi yo‘lakchasiga esa xazina berkitilgan. Uychaning noan’anaviy va ajoyib ko‘rinishi bir vaqtniig o‘zida uch muallif tomonidan loyixalapggirilgan bo‘lib, xech birlarining fikrlari bir reja ustida to‘xtalmaydi. Shu bois, qurilish jarayonida har bir me’morning istaklari navbat bilan amalga oshiriladi. Bolalarni olib kelgan kattalar ushbu ajoyib

FOR AUTHOR USE ONLY

uyning batafsil loyihasini "Uy tarixi" nomli kompyuter dasturi orqali kuzatishlari mumkin. Uyning o‘zi bilan bir qatorda, muzeyda mumi-trollar hayotidagi voqealarni aks ettiruvchi qirqga yaqin ertak dioramalari yaratilgan.

Buyuk Britaniyadagi Bolalik muzeyi mamlakatdagi eng qadimiy o‘yinchoqqa ega bo‘lib, u uch ming yillik tarixga ega. Umuman olganda, Londondagi Bolalik muzeyi 20 000 ga yaqin eksponatni o‘z ichiga oladi va ushbu to‘plam "bolalik" tushunchasini to‘liq ifodalashga qodir. Kolleksiyada chinni, yog‘och, plastmassa va mumdan yasalgan qo‘g‘irchoqlar, turli rang va o‘lchamdagi o‘yinchoqlar, temir yo‘l modellari, harbiy askarlar to‘plamlari, o‘nlab qo‘g‘irchoq uylari, boshqa qo‘g‘irchoqlar va o‘yinchoq ayiqlar, turli davrlarga oid bolalar kiyimlari, bolalar mebellari, maktab anjomlari va turli stol o‘yinlari kabi buyumlar mavjud.

Asosiysi muzeyga tashrif buyurgan kishi o‘z bolalik xotiralariga qaytish imkoniga ega bo‘ladi. Muzey binosining yuqori qavatida interaktiv ko‘ngil ochish o‘yingohi joylashgan bo‘lib, u yerda tebranuvchi ko‘zgu, musiqali avtomat, o‘yinchoqlarga ega qum maydonchasi joylashtirilgan. Ekspozitsiyaga qo‘yilgan turli libos va bosh kiyimlarni kiyib ko‘rish mumkin. Besh yoshgacha bo‘lgan bolalar uchun ajratilgan maxsus bo‘lim alohida xonadan iborat bo‘lib, unda yosh mehmonlar Teddy yumshoq o‘yinchoq ayig‘ini quchoqlab, yotib dam olishlari mumkin. Kattaroq yoshdagilar esa qo‘g‘irchoq yasash yoki tarbiyachi rahbarligida futbolkalarni maxsus uskunalar yordamida bezash imkoniyatiga ega.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeynipg faxriy zali esa maktablarniig rivojlanish tarixida ta’lim jarayonida foydalanilgan maxsus jazo berish qurollari joylashgan bo‘lim hisoblanadi. Bu bo‘limda qamchin, tayoq, kamar, hamda rezina darralar kabi jazo berish buyumlari ekspozitsiyaga qo‘yilgan. Xech bir ota-ona ushbu zalni o‘tkazib yubormaydi. Bolalarga bu buyumlarni ko‘rsatish bilan ular farzandlariga xozirda zamonaviy o‘quvchilar bunday jazo turlariga tortilmaydigan omadli o‘quvchilardap sanalishlarini ta’kidlab o‘tadilar.

AQShdagi Strong National Museum of Play Bolalar muzeyi. Rochesterdagi Strong o‘yinlar muzeyi — Amerika tarixidagi rivojlangan ahamiyatli milliy o‘yinlarning va o‘yinchoqdarning tarixini tadqiq etishga bag‘ishlangan jahondagi yagona muzey

sanaladi. Muzeyning 500 000 dan ortiq eksponatlari orasida dunyodagi eng katta qo‘g‘irchoqlar va o‘yinchoqlar kolleksiyasi mavjud. Muzeyga tashrif buyurgan ota-onalar ham ekspozitsiyalarni turfa xilligini kuzatgan xolda, bolalik onlarida qanday o‘yinchoqlari bo‘lishini orzu qilishgani, yana qanday buyumlarga ega bo‘lishlari kerak edi kabi xotiralarga berilishlari mumkin. O‘yinchoqdardan tashqari muzeyda 100 000 ta rolikli va stol o‘yinlari bor bo‘lib, bu o‘yinlarni o‘ynash qoidalarini shu yerni o‘zida o‘rganish mumkin.

So‘nggi yillarda muzey videoo‘yinlarga bag‘ishlanganligi Ekspozitsiyalari orqali keng shuhrat qozongan ushbu muzeyning "Elektron o‘yinlar tarixi" kolleksiyasi 15 000 ga yaqin kompyuter va konsol o‘yinlarini, shuningdek qadimiy avtomatlar va o‘yin uskunalarini o‘z ichiga oladi. Shu sababli, bugungi kunda bu muzey elektron o‘yinlar dasturi bo‘yicha yangi loyihalarni amalga oshirishda yetakchilik qiluvchi birinchi bolalar muzeyi sifatida tanilgan.

Xitoydagi Pekin Bolalar muzeyi asosan sakkiz yoshgacha bo‘lgan yoshlarga mo‘ljallangan. Muzey binosiga kirish bilanoq bolalar "Sehrli Loviya uychasi" maketiga duch keladi. Bu uy ularni sirli qasrga olib boradigan yo‘l vazifasini o‘taydi. Qasrda qanday mashg‘ulot bilan shug‘ullanish har bir mehmon o‘zi hal qiladi: ular arqonlardan to‘qilgan ko‘prikda sayr qilishi, turli g‘ildirakli vositalar ustida sirtmoch bilan uchishi yoki deraza va teshiklardan arqon bilan sakrashi mumkin. Haftada bir marta, odatda seshanba kunlari, qasrda qo‘g‘irchoq teatr tomoshalari o‘tkaziladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Eng kichkina tomoshabinlar uchun — maxsus bolalar xonachasi ko‘rilgan bo‘lib, bolajonlar u yerda devorga chizilgan jonivorlar bilan suxbatlashishlari mumkin (xayvonlar maxsus dastur orqali surat tarzida joylashtirilgan bo‘lib, ular xitoy tilida javob beradilar). Muzeydagi supermarket zalida faqatgina foydali maxsulotlar (mevalar, poliz maxsulotlari, sut, gusht) sotuvga qo‘yilgan bo‘lib, bu yerda bolalarda sotuvchi ham, xaridor ham bo‘lish imkoniyati mavjud. Suv olami bo‘limida yosh mehmonlar cho‘milish, suzishni o‘rganish, qayiqda suzish, shuningdek suvga chidamli maxsus qog‘ozlarga rasm chizish kabi faoliyatlar bilan shug‘ullanishlari mumkin. Suv havzasi atrofidagi qumli maydonda bolalar o‘z tasavvurlari asosida shaharlar va uylar qurish uchun qulay shart-sharoitlar yaratilgan.

Avstriyaning Vena shahridagi Zoom muzeyi Yevropadagi eng yaxshi interaktiv bolalar muzeyi hisoblanib, shahar markazida joylashgan. Muzey bir qancha bo‘limlarga ajratilgan: **Zoom Okean** – olti yoshgacha bo‘lgan bolalar uchun, **Zoom Studio** – uch yoshdan o‘n ikki yoshgacha bo‘lgan yoshlar uchun, **Zoom Exhibition** – turli yoshdagilar uchun ijodiy faoliyat maydoni, **Zoom Animatsiya Film Studiyasi** – maktab yoshidagi bolalarga mo‘ljallangan. Kichik bolalar bo‘limida attraksionlar, oyna tunnel, suvli matraslar va turli bino modellari mavjud. Studiya maxsus ustaxona bo‘lib, u yerda bolalar har qanday narsani ranglar bilan bo‘yashlari mumkin mayka, jinsi, devor, pol, peshtaxtalar, idishlar — bularning barchasi san’at asariga aylanib qolishi xech gap emas. Bundan tashqari, studiyada oddiy plastik idishlardan uylar, odamlar, xayvonlar kabi turli shakllarni yasashga ruxsat beriladi. Ustaxonada faoliyat olib borish uchun bolalarga maxsus uniformalar, rezina etiklar taqdim etiladi. U yerda bolalar hatto o‘z loyixalari asosida turli binolarni odatiy qurilish xom-ashyolaridan barpo etishlari mumkin. ZOOM multiplikatsion studiyasida maktab o‘quvchilari kinoning turli soxalarida o‘zlarini sinab ko‘radilar: operatorlik san’ati, animatsiya, rejissura, dekoratsiya yaratish.

FOR AUTHOR USE ONLY

ZOOM muzeyi xar bir bolaga individual yondashishni talab etadi. Shu jixatlari bilan muzey tomoshabinlari son-sanoqsiz bo‘lib, ular tashrif uchun oldindan yozilib ko‘yishadi.

Isroildagi Xolon Bolalar muzeyi. Isroildagi Xolon Bolalar muzeyi — bolalar va kattalar uchun eng yaxshi emotsiyalar markazi hisoblanadi. U yerda albatta ekskursovod raxbarligi ostida buyumlarni ushlab ko‘rish, ta’tib ko‘rish, xar bir burchakka kirib chiqish imkoni bor. Vaqt labirintlari orasidagi sayoxat davomida tomashabin asosiy qaxramon sanaladi. Bolalar bu ajoyib muzeyda bulutda so‘zishlari, korga ko‘milishlari, botqoqlikda qurbaqalar konsertini tinglashlari mumkin. Bundan tashqari, muzey raxbariyati yangi marshrut yo‘nalishlarini ishlab chiqqan xolda, mavjud eksponatlardan foydalanilgan xolda qiziqarli tarixiy voqealarni saxnalashtiradilar. Muzeydagi eng ommabop ko‘rgazma "Qorong‘ulikdagi dialog" deb nomlanib, so‘qir inson dunyosini imitatsiya qiladi. So‘qir inson yo‘lboshchiligida bolalar kqzlari bog‘langan xolda turli tovush va hidlar orqali dunyoni anglashga

harakat qiladilar. Ular ko‘chalarga chiqadilar, kafe, magazin va bozor rastalari orqali kutilmagan sinovlardan o‘tadilar, ko‘ra olish ne’matining naqadar baxt ekanligini tushunib yetadilar. Oxirgi yillarda ushbu jarayonga yangi ko‘rgazma — "Sukunatga taqlif" loyixdsi joriy qilindi: bolalar va kattalar bu yerda kar-soqov bo‘lib “jimlik” muhitiga sayoxat qiladilar.

Muzey ishidagi bunday yangi aspektlar — muzey eksponatlari yordamida tomoshabinlarga emotsional ta’sir kila olishga e’tiborni qaratish zarur. Mini-muzey tarbiyachilarga “muzey” so‘zini bolalar tafakkuriga singdirish va oson tushuntirish imkonini beradi. Bundan tashqari, muzey predmeti tomoshabinlarda qiziqish emotsiyasini, zavq, u shavqida yanada ko‘prok ma’lumot olishga xoxishni orttiradi. Agarda eksponat mashg‘ulot vaqti foydalanilsa va bolalar uni ushlab ko‘rib, xis qilish imkoniga ega bo‘lsalar, ularning tushunishlari osonrok bo‘ladi va muzeyning tomoshabinlari ortadi. Eksponatlar bolaning emotsional muhiti, intelekti, tafakkuri, nutqining rivojlanishi uchun turli mashg‘ulotlarda qo‘llaniladi.

O‘zbekistonda ham ilk bora O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi qoshida “Mu’jizalar olamida” bolalar muzeyi tashkil etildi. Mazkur bolalar muzeyi 4 yoshdan 14 yoshgacha bo‘lgan barcha bolalarga mo‘ljallangan. Ushbu muzey bolalarning tarixga oid bilimlarini rivojlantirib, ularni tarixiy davr bilan o‘zaro muloqotiga zamin yaratadi. Muhimi bolalar muzeyga kirganda nafaqat uni tomosha qilish, balki turli mashg‘ulotlarni bajarish, boshqa bolalar bilan hamkorlikda ishlash, qiziqqan eksponatlarini qo‘llari bilan ushlab ko‘rishi yoki yasab ko‘rishi mumkin.

Bolalar muzeyining bir bo‘limi “Yosh arxeologlar” deb nomlangan. Ushbu bo‘limda bolalar arxeologiyaga oid materiallarni ko‘rishlari, o‘zlarining ijtimoiy faolliklarini oshirish uchun treninglarda ishtirok etishlari mumkin. Bu bo‘limda bolalar tarixning qadimgi davrlariga sayoxat qilish imkoniyatiga ega bo‘lib, tangalarni topish, tangadagi xukmdorning nomi va davrini aniqlash, ajdodlarimiz foydalangan eng qadimgi mexnat qurollarini amalda sinab ko‘rish imkoniyatlari mavjud. “Yosh arxeolog” bo‘limiiing mashg‘ulotlari muzey ekspozitsiyasi materiallarini jalb qilgan xolda olib boriladi. Bunda bolalar tosh, bronza, antik va ilk o‘rta asrlardagi tariximiz bilan turli interfaol mashg‘ulotlar orqali tanishishlari mumkin.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘zbekiston — dunyoning qadimdan o‘ziga xos madaniyatga ega, madaniy-tarixiy hududlaridan biri. Ayniqsa, O‘zbekistonning madaniyatining o‘ziga xos tomoni arxeologiyaga va etnografiyaga oid kulolchilikda yaqqol ko‘zga tashlanadi. “Yosh kulol” bo‘limida esa Vatanimiz hududidagi kulolchilik kurtaqlarini paydo bo‘lgan vaqtdan to shu kungacha bo‘lgan kulochilik sirlari haqida batafsil ma’lumot olish mumkin. Kulolchilikning taraqqiy etgan Rishton, G‘ijduvon, Samarqand, Buxoro, Toshkent, Kattaqurg‘on, Shaxrisabz, Denov, Qo‘qon, Namangan kabi qadimiy markazlari va ularning yaratgan maxsulotlari haqida muzey ekspozitsiyalari orqali mashg‘ulotlar olib boriladi.

“Yozuv tarixi va ilk tangalarni zarb etish” bo‘limida bolalar qadimgi O‘zbekiston hududida birinchi maxalliy tangalar mil.av. IV-III asrlarda ellinistik tipdagi tangalar Sug‘d, Yunon Bakdriya, Xorazmga keyinrok, IV- III asrlarda esa Choch, Ustushana, Farg‘ona quyi viloyatlarida zarb qilingan tangalar haqida ma’lumot olishlari mumkin. Shupingdek, yozuv tarixi bo‘yicha qiziqarli ma’lumotlar bilan tanishish va qadimiy yozuv turlari: oromiy, sug‘d, grek, arab va boshqalar bilan tanishishlari va o‘zlari ham turli yozuv usullarida yozib ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Bundan uch ming yil avval ham xusnixat bilan yozish san’ati juda qadrlangan. Xarfli yozuvlarning paydo bo‘lish markazlari Sharqiy O‘rta yer dengizi atrofidagi davlatlar Misr, Xitoy hisoblanadi. Bu markazlardai keyinchalik O‘rta Osiyoda va boshqa mamlakatlarda yozuvlar shaqllanib rivojlandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘zbekiston hududida ming yilliklar davomida 21 ga Yaqin oromiy, yunon, so‘g‘d, kxaroshtxi, arab va boshqa yozuvlar shakllanib rivojlangan.

Bolalar uchun maxsus tashkil etilgan muzeylar yoshlarni vatanparvarlik ruxida tarbiyalash, mustaqil fikr yuritish, voqea va xodisalarga befarq qaramaslik va eng asosiysi o‘z moddiy-madaniy merosini asrash tuyg‘ularini shakllantirishda asosiy manba bo‘lib xizmat qilmodda. Bunday muzeylar bolalarga o‘yin, ijod va muloqot orqali dunyoni zabt etishni o‘rgatadi. Chunki maktabdagi ta’lim jarayoni o‘quv dasturiga asoslangan bo‘lib, o‘quv jarayoni chegaralangai bo‘ladi. Muzeyda esa aksincha, u bolalarga turli voqea va xodisalarga to‘la hayotimizning sir-sinoatlarni bilishga va ularni yanada chuqurroq o‘rganishga keng imkoniyat ochib beradi. Vaqt va

bilim chegarasi uning hohish irodasi bilan chambarchas bog‘liq bo‘ladi. Bu albatga, bolalarga erkin harakat, fikrlash va dunyoqarashini kengaytirish imkoniyatini yaratadi. Xaqiqatan ham, bugungi kunda muzeylar asosan yoshlarning qiziqishi va talabini qondiruvchi, tarix bilan yuzma-yuz turib erkin muloqotga kirishga imkon beruvchi yagona mu’jizaviy maskanga aylanib bormoqda.

O‘zbekistonda faoliyat ko‘rsatayotgan barcha muzeylarda asosiy tashrifchilarning 70-80 foizini yoshlar tashkil etadi. Birgina O‘zbekiston tarixi davlat muzeyining faoliyatidan misol keltirsak, statistik ma’lumotlarga ko‘ra 2006 yilda muzeyga 30 mingdan ortiq yoshlar tashrif buyurgan bo‘lsa, 2010 yilga kelib ularning soni 38 mingdan oshib, umumiy tashrifchilarning 70 foizni tashkil etdi. Bu ma’lumotlar mamlakatimizda muzeylarni ta’lim jarayoniga zamonaviy pedagogik usullar asosida yondashayotgani hamda muzey va yoshlar o‘rtasidagi munosabatlarning qay darajada ekanligiga baho bera oladi. Shuiingdek, bu holat respublikamizdagi muzeylar qoshida ko‘plab bolalar muzeylari va markazlarini tashkil etish lozimligini taqozo qilmoqda. Xaqiqatan ham bunday muzeylar ta’lim tizimi va muzey o‘rtasidagi aloqalarni yanada mustaxkamlashda muhim rol uynaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Jahondagi muzeylar faoliyatini takomillashtirish va ularni bir tizimga solish, yangi yo‘nalishlarni belgilash va umumjahon madaniy merosini saqlashda Xalqaro Muzeylar Komiteta (IKOM) faoliyatining hissasi beqiyosdir.

2011-yil Xalqaro muzeylar ko‘pi tarixida muxim burilish bo‘ldi. Tadbirlarni tashkil etishda hamkorlar jalb etildi va brendga yangi elementlar kiritildi. Internetda maxsus sayt va axborot majmuasi tashkil etildi. Yevropada tungi muzey faoliyati qo‘llab-quvvatlandi. 120 dan ortiq davlatlarning 30 mingdan ortiq, muzeylarida Xalqaro muzeylar ko‘pi nishonlandi. 2012-yilda dunyo muzeylari bo‘yicha “Muzeylar-o‘zgaruvchan dunyoda. Yangi xayqiriqlar, yangi ilxomlar” degan yangi mavzu taklif etildi. Bu yo‘nalish xozirgi zamoy muzeylar atrofdagi doimiy o‘zgarishlar dinamikasi ta’sirida ekaniga, bu esa muzeyning o‘z faoliyatini yanada takomillapggirishga, kommunikatsiya imkoniyatlarini kengaytirish va yangi soxalarni shakllantirishda yordam beradi. Kelajakda avlodlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni

mustaxkamlashda muzeylarni jahon madaniy merosini saqlashdagi o‘rnini kuchaytirish alohida ahamiyatga ega.

Hozirda muzeylar oldida jamiyatda imkoniyati cheklangan fuqarolarni muzeyga jalb etish, ular uchun maxsus ko‘rgazmalar tashkil etish; harakatdagi muzey loyixasi bo‘yicha ish yuritish, o‘qituvchilar uchun muzey qoshida maxsus kurslar tashkil etish, jahon muzeylari tajribasini amalda qo‘llash va o‘zaro tajriba almashish, xalqimizning dunyo buylab tarqalib ketgan moddiy- ma’naviy merosining umumiy ro‘yxatini tuzish; millatlararo do‘stlik va hamjixatlik asosida rivojlangan madaniy meros ob’ektlarini topish, ta’mirlash va targ‘ib etish kabi vazifalarni bajarish ma’suliyati turibdi. Albatta, bu o‘rinda muzey pedogogikasining o‘rni va hissasi beqiyosdir.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. *Avstriyadagi “Bolalar dunyosi”, Londondagi “Kashfiyotlar fabrikasi” va Buyuk Britaniyadagi “Evrika” muzeylari haqida ma’lumot bering?*
2. *O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi qoshida tashkil etilgan “Mo‘jizalar olamida” bolalar muzeyi faoliyati haqida ma’lumot bering?*
3. *Bolalar muzeylari bolalarning “ijodiy salohiyatini” va “muammolarni hal qilish” qobiliyatini rivojlantirish uchun qanday maxsus ko‘rgazma formatlaridan foydalanadi?*
4. *Bolalar muzeylari “o‘yin orqali o‘rganish” tamoyilini qanday amalga oshiradi?*

FOR AUTHOR USE ONLY

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Jensen, K. A. Designing for Delight: Museum Experience and the Design of Wonder. Rowman & Littlefield. 2012

2. Piscitelli, B., & Anderson, D. Museums & Educational Activities: The Museum as a Learning Environment. Routledge. 2018

3. Tallon, L., & Walker, K. (Eds.). Digital Technologies and the Museum Experience: Recent Progress in Research and Practice. AltaMira Press. 2008

4. Simon, N. The Participatory Museum. Museum. 2010

5. Doering, Z. D., & M. S. W. M. (Eds.). The Handbook of Children’s Museums. Association of Children’s Museums. 1999

10-MAVZU: EKOMUZEYLAR.

Reja:

10.1 Ekomuzeylarning vujudga kelishi.
10.2 Ekomuzeylarni o‘rganish
10.3 Angliya va Shotlandiya ekomuzeylari.
10.4 Gollandiya ekomuzeylari.
10.5 Fransiyada ekomuzeylar.

Tayanch so‘z va iboralar: *Ekomuzey,Tabiiy va madaniy muzey, Hududiy muzeyi, Ochiq osmon ostidagi muzey, Mahalliy jamoat, Raqamli texnologiyalar, Ekoturizm, Interaktiv takliflar, Ta'lim dasturlari*

FOR AUTHOR USE ONLY

10.1 Ekomuzeylarning vujudga kelishi.

Ekologiya so‘zi grek tilidan olingan bo‘lib, “oikos” - “uy”, “logos” - “tushunish, o‘rganish” degan ma’noni bildiradi. Ekologiya — bu so‘zning keng ma’nosida, atrof-muhit haqidagi bilim, inson yashab to‘rgan muhitdan to yer yuzidagi masshtablar va o‘zi haqidagi bilimlarni o‘z ichiga oladi. Aynan ekomuzeyda “muzeylik” va “xayotiy tiriklik” o‘rtasidagi muvozanatga erishish mumkin. XX asr boshlarida maxalliy ko‘rinishni saqlash an’anasi “in situ” tarixiy muhit — me’moriy yodgorliklar, ansambllar, tarixiy-madaniy yodgorliklarni umumlashtirardi.

An’anaviy muzeylarni demokratizatsiyalash va yangi yo‘nalishlar yaratish “ekomuzey” atamasini keltirib chiqardi. Bu xolatda urf-odatlarning tiklanishi jamiyatning talab va istagidan kelib chiqib, ananaviy madaniyatga xos bo‘lgan qadriyatlarni shaqllantirishi mumkin. Shuningdek, bugungi kunda ekomuzeylarda atrof muhitni o‘rganish, xo‘jalik faoliyati shakllari, bolalarning tarbiyasi, oilaviy munosabatlar va boshqa jixatlarni o‘z ichiga olgan sintetik va milliy udumlar yaxlitligini yaratish imkoniyatlari vujudga kelmoqda. Tabiatdan foydalanishning ekologik tarixiy shakllari o‘zida tarixiy-madaniy merosning bir bo‘lagini aks ettirib,

muzeylashtirish ob'ekti hisoblanadi. Zamonaviy madaniyatga kiritilishini anglatuvchi madaniyatning «tabiiy» mavjudligi belgisidir. Xozirgi kunda, bizning ko'z o'ngimizda ba'zi bir ananaviy muzey-qo'riqxonalarining ekomuzey yo'nalishida evolyusiyalanib, ko'plab muzeylarning o'tish, oraliq, shakllari vujudga kelmokda. Ekomuzeylarni tashkil etishda muzeylashtirilayotgan obyektning o'ziga xos jihatlarini hisobga olgan holda turli uslubiy yondashuvlar qo'llaniladi. Tabiiy mavzudagi an'anaviy muzeylar odatda tabiatni o'rganish imkoniyatlarini cheklangan darajada taqdim etgan va tomoshabinlar uchun unchalik qiziqarli bo'lmagan muhit yaratgan.

1967-yilda Fransiyada tarixiy yodgorliklar bilan uyg'unlashtirilgan hududiy tabiat bog'lari — Grand-Land, Kamarg, Mon dArre kabi birinchi ekomuzeylar paydo bo'la boshladi. Bu muzeylarning asoschisi muzeyshunos Jorj Anri Riverera edi . Yangi ko'rinishdagi muzeylar faqatgina yodgorliklar bilan tanishishda ilmiy-ma'rifiy masalalarni o'rganmasdan balki inson va tabiat o'rtasidagi muloqotni yaratardi. "Ekomuzey" atamasi esa fanga rasman 1971-yilda muzeyshunos Yug de Varin tomonidan kiritildi lekin kengaytirilgan ma'nosi "ekologik muzey" tushunchasini ifolamasdi. Keyinchalik Yevropaning ko'pgina davlatlarida va Kanadada ham shu to'rdagi muzeylar tashkil etildi. Osiyo davatlari ichida Xitoy birinchilardan bo'lib, 1990-yil o'rtalaridan ekomuzeylar tashkil eta boshladi. 2005-yil Xitoyning Guayne shaxrida ekomuzeylar faoliyatiga bag'ishlangan "Kommunikatsiya va ilmiy-tadkidotlar" mavzusida xalqaro forum tashkil etildi. Shu forum ishtirokchilaridan, italiyalik mutaxasis "Evropa ekomuzeylari. Ular xozir qanday va qanday bo'lishi mumkin" kitobi hammuallifi M.Madji – 2005-yilda Xitoy muzeylari xususida "oxirgi yillarda Xitoyda yigirmaga yaqin ekomuzeylar tashkil etildi" degan fikrlarini bayon etadi. Shuningdek xar bir ilmiy tashkillashtirilgan ekomuzeylar — inson, uni o'rab to'rgan olam, milliy an'analar hamnafasligida bo'lishi darkor. Ekomuzeylar rivojida milliy madaniyat bilan tanishishda maxalliy axolining turmush tarzi va xayotiy faoliyati tabiati bilan uyg'unlashgan xolda turistlarni e'tiborini qozonadi. 2010-yilda Shanxayda Xalqaro muzeylar kengashining navbatdagi Bosh konferensiyasi bo'lib o'tdi. U haqda Xitoy muzey ishi amaliyotidagi yutuqlar va zamonaviy jarayonlar mavzusida ilmiy-amaliy konferensiya tashkil etildi. Hududiy xo'jalikning rivojlanish

FOR AUTHOR USE ONLY

potensiali, faoliyat turlarini aniqlash, tabiat va insonlar birligi xolatiga keltirilgan joy uchun mos bo‘lgan salbiy ta’sir natijalaridan xoli, yaxshi ta’sir ko‘rsatuvchi mavjud faoliyat turlarini aniqlash ekomuzeylarni vujudga keltirishda zaruriy bosqich hisoblanadi. Buning uchun ilmiy-amaliy ko‘rsatmalar ishlab chiqilib, mahalliy axoli bilan suxbatlar o‘tkaziladi, ijtimoiy tashviqotlar o‘tkazilib, maxsus o‘quv dasturlari yaratiladi. Ekomuzeylarning bosh vazifasi — «atrof-muhitni samarali tashkillashtirish» boshqaruvchi tizim maqomini olib, tabiat, madaniyat, tarix yodgorliklarining ximoyasiga qaratilgan hududiy foydalanshp tizimini aniqlashdir. O‘zbekistonda, shuningdek, dunyo miqyosida taniqli bo‘lgan va xorijiy sayyohlarni o‘ziga jalb qiladigan qadimiy shaharlar, tarixiy yodgorliklar, ekoturizmga boy noyob tabiiy manzaralar, arxeologik topilmalar, paleontologik qoldiqlar hamda tabiat ob’ektlari mavjud. Ayoz qal’a, Dev qal’a, Teshik qal’a, Tuprok qal’a, Kuydirilgan qal’a shuningdek, antik davr arxeologik yodgorliklarini ekomuzeylashtirish muhim masalalardan sanaladi. 2010 yildan boshlab, Jonbosqal’a arxeologik yodgorligi yaqinida turistlar uchun o‘tovlardan qurilgan yangi lagerlar tashkil etila boshladi. Turistlar arxeologik ob’ektlar bilan tanishib, sayohat qilishdan tashqari o‘tovlarda yashab, milliy marosimlar bilan tanishgan holda, qoraqolpoq va xorazmcha raqslarni tomosha qilib madaniy hordiq chiqarishlari mumkin. O‘zbekistonda bunday ekomuzeylar tashkil etgan xolda ekoturizmning rivojlanishi nafaqat ma’naviy ilm-fan, madaniyat taraqqiyotiga, tabiatni muxofaza qilish va ko‘paytirish muammolarini hal qilishga, shu bilan birga, mahalliy xalqning ijtimoiy sharoitini yaxshilash, ularni yangi ish joylari ta’minlaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

2002-yili Butun Jahon Turistik tashkiloti tevarak atrofni himoya qilish mavzusini tanlab, ushbu yilni “Ekologik turizm — taraqqiyot yuksalishining kalitidir” degan shior bilan nomladilar. Azal-azaldan insoniyat bor imkoniyati darajasida tabiatni asrab-avaylash, uni jamiyat taraqqiyotida muxim o‘rni mavjudligi xususida ko‘rashib keladi.

10.2 Ekomuzeylarni o‘rganish

Ekologik muzeylarning shakllanishi muzey amaliyotidagi yangi yo‘nalish hisoblanib, atrof muhitdagi ekologik madaniyatni saqlashda muxim omil sanaladi.

1983-1985 yilda zamonaviy muzeyshunoslik sohasida ekomuzeylar yaratilishi bo‘yicha yangi loyixalar ishlangan. Ekomuzeyning asosiy maqsadi inson va tabiatning birligini interperetatsiya qilishdan iboratdir. Keyinchalik esa 1977 yil Yevropada ekomuzeylar yaratish bo‘yicha maxsus komissiya tashkil etildi. Bu yangi ko‘rinishdagi muzeylar yaratilishida maxaliy axoli birlashib harakat qilgach kutilgan natijaga erishildi. O‘z o‘rnida ekomuzeylarni o‘rganish bir necha boskichlarga bo‘linadi:

1. Regional tabiiy bog‘lar — fauna flora olami
2. Etnografiya ko‘rinishi
3. O‘lkashunoslik bilan bog‘liq detallar
4. O‘ziga xos landshaft ko‘rinishi

Ana shu ko‘rinishlarni umumlashtirgan xolda ekomuzeylarni yangicha turi tashkil etila boshlandi. Bular:

1. Bog‘-park muzeylari
2. Etnografik qo‘riqxonalar
3. Sanoatlashgan davr merosini ko‘rsatuvchi ekomuzeylar

FOR AUTHOR USE ONLY

Faqatgina 1980-yilga kelib Fransiya muzeylari ilmiy xodimlarining tashabbusi bilan IKOM tashkiloti tomonidan alohida Ekomuzey maqomini olishga erishdi.

2010-yil Yunesko tomonidan «Muzey-teatr-turizm» etno-siyosiy madaniyat loyixasi ishlab chiqildi. Turli teatrlar qoshida teatr muzeylari tashkil etilishi ham muzeylar ixtisosligi sonini oshira boshladi. Endilikda zamonaviy muloqot tizimida korporativ madaniyat, reklama iboralari qo‘llanila boshlandi. Shular asosida xozirgi zamon talabi uchun korporativ muzeylar tashkil etilishi ham rivojlanmoqda. Zamonaviy korporotiv ekspozitsiyalarni modifikatsiya qilishda asosiy urg‘u bino tuzilishi, uning atrof-muhit bilan bog‘liqdigi va tabiiy landshaft ko‘rinishiga beriladi. Korporotiv ekspozitsiya mualliflari binoning mavjud faoliyat olib boradigan sohasi bilan bog‘lab did bilan tuzilishi kerak. Har bir tashkilotning maxsus dizayn asosida yaratilgan ana shunday muzey-binosiga ega bo‘lishi asosiy korporotiv unsurlaridan sanalib, tashkilot faoliyatini bevosita reklama qilib turishi mumkin. 2009 yili Italiyaning Milan shaxrida birinchi marotaba Korporotiv muzeylarning Yevropa forumi bo‘lib utdi. Forum tashkilotchilari — Korporotiv muzeylar Italiya

assotsiatsiyasi, Lombardiya tashkilotlar assotsiatsiyasi bo‘lib, Norvegiya, Ispaniya, Finlyandiya, Yaponiya, Germaniya, Portugaliya, Avstriya, Buyuk Britaniyadan mutaxassislar ishtirok etshidi.

Shu tarifa ekomuzeylarning rivojlanish bosqichi xanuzgacha rivojlanib kelmokda. Xozirda butun dunyo bo‘yicha 50 ga yaqin ochiq osmon ostidagi ekomuzeylar ochilgan.

10.3 Angliya va Shotlandiya ekomuzeylari.

Angliya va Shotlandiya chegarasida noyob ekomuzey yaratilmoqda. Ushbu loyixa asosida XVI asrga oid tarixiy ob’ektlarini tiklash, texnologik innovatsiyalar yordamida ularni rekonstruksiya qilish vazifalari oldinga qo‘yilgan. Ushbu amaliy ishlanma Angliyada “Flodden-2013” ekomuzey innovatsion loyixasi deb nomlangan. Ushbu ekomuzeyda faqatgina tarixiy yodgorliklar rekonstruksiya qilinishi bilan cheklanmasdan, shu manzillardan bo‘lib o‘tgan Flodden jangi lavxalari ham namoyish etiladi.

Loyixaning bosh tashkilotchilaridan biri Djeyms Djoysi xikoya qilishicha, xar bir ob’ekt ustida alohida izlanishlar olib borilmoqda va muzeyni yaratish tarixiy maqomda tashkil qilish g‘oyasi ekspozitsiyalardagi o‘zaro ketma-ketligini ta’minlaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Majmua 12 ta ob’ektdan tashkil topadi. Unda tiklangan qasrlar, cherkovlar, ko‘priklar, memorial ob’ektlarni orasidagi uzviylikni va Xizersloning suv tegirmonini ko‘rish mumkin.

10.4 Gollandiya ekomuzeylari.

Gollandiya shaxrining o‘ziga xos tomonlaridan biri bu mamlakatning ramzi bo‘lmish charxpalaklardir. Gollandiyaliklar ekomuzeylar masalasida yangilik yaratuvchilar hisoblanadi. 500 yil davomida charxpalaklar asosiy energiya manbai hisoblangan bo‘lib, uning ikki xil turi mavjud budar: suv bilan harakatga keladigan va shamol yordamida harakatlanadigan. Gollandiyadagi Zaanse Sxans birinchi rivojlangan sanoat hududi bo‘lib, 250 yil oldin uning kichik maydonda 800 dan ortiq charxpalaklardan foydalanib kelingan. Xozirda ushbu hudud YuNESKOning “Dunyo

yodgorliklari ruyxatidan" joy olib, dunyodagi yagona "Charxpalaklar" ekomuzeyi yaratilgan.

10.5 Fransiyada ekomuzeylar.

Bugungi kunda zamonaviy ma'muriy binolar loyixasiga ekologik tomondan e'tibor berila boshlandi. Fransiyada noodatiy ekomuzey qurildi. Ekomuzey majmuasi tabiiy ashyolardan qurilgan, ular orasida daraxt shoxlari asosiy o'rinda turadi. Mazkur me'moriy qurilmaning yana bir o'ziga xosligi bino turli xil geometrik shakllardan loyixalashtirilganligi bo'lib, muzey aylana zinapoyalardan tashkil topgan. Xar bir qavatlarda chirmovuq, daraxt shoxlaridan xonalar tashkil etilgan. Ushbu qavatlarda turli fauna va flora olami ham joylashtirilgandir. Binoning tomida ham yashil gilam texnologiyasi qo'llanilgan, ushbu muxit binoning termomuxofazasini ta'mirlaydi, xatto issiq yoz kunlarida mu'tadil iqlimiy xaroratni ushlab turish mumkin.

Shu o'rinda ta'kidlash lozimki, yurtimizda ham ekomuzeylar yaratish dolzarb mavzulardan sanaladi. Shaxrisabzning geografik joylashuvi ham ekoturizmning rivojiga juda qulay. Masalan Xisor tog'ida joylashgan Xisor davlat tabiat qo'riqxonasi, Kitob geologik qo'riqxonalari ekstremal ekoturizm uchun, Langar ota, Siypantosh, Podayotoktepa, Uzunqir va Sangirtepa yodgorliklarida esa tabiat uyg'unligida ekomuzeylar yaratish mumkin. Langar ota yodgorligi Shaxrisabz shaxridan 65 km. uzoqlikda tog' yon bag'rida joylashgan bo'lib, Temuriylar davridagi masjid hamda islom dinining Naqshbandiya ta'limotining yirik shayxlari maqbarasi bunyod etilgan. Siypantosh yodgorligi ham shaxardan 70 km. uzoqlikda Ayoqchi daryosining Qo'riqsoy deb ataluvchi irmog'i yonida joylashgan bo'lib, paleolitning so'nggi davri va mezolit davriga oid o'ziga xos ibodatxona mavjud. Siypantoshning tik qoyalarida oxra buyog'ida turli xil suratlar chizilgan. Suratlarni tadqiq qilayotgan olimlar dunyodagi eng qadimiy kalendar sifatida talqin qilishmoqda. Qoya toshlarda qadimiy xo'kiz, turli xil geometrik ornamentlar va ayollarning panja izlari tasvirlangan. Aynan ana shunday yirik tarixiy va tabiat yodgorliklari mavjud hududda ham ekomuzeylar yaratish muxim masalalardan sanaladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. “Flodden-2013” ekomuzey innovatsion loyihasi haqida ma’lumot bering?
2. 1983-1985 yilda zamonaviy muzeyshunoslik sohasida ekomuzeylar yaratilishi bo‘yicha qanday ishlar amalga oshirildi?
3. Dunyodagi yagona “Charxpalaklar” ekomuzeyi haqida ma’lumot bering?
4. Qachon Yevropada ekomuzeylar yaratish bo‘yicha maxsus komissiya tashkil etildi?
5. 2010 yilda Shanxayda Xalqaro muzeylar kengashining Bosh konferensiyasi va unda ko‘rilgan masalalar haqida ma’lumot bering?

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Riviere, G. H. The Ecomuseum: An Evolving Definition. Museum, Vol. 37, No. 4. 1985
2. Desvallees, A., & Mairesse, F. Key Concepts of Museology. Armand Colin. 2010
3. Poulot, D. Museums, Nations, and Heritage in the Postcolonial Period. Museum 2006.
4. Schilderman, J. Ecomuseums and Sustainable Development: Bridging the Gaps. International Council of Museums (ICOM). 2014
5. Davis, P. Ecomuseums: A New Vision for Community, Heritage and Environment. Leicester University Press. 1999

FOR AUTHOR USE ONLY

11-MAVZU: MUZEY FAOLIYATIDA IJTIMOIY MUAMMOLAR NEGIZIDA JAMIYAT BILAN HAMKORLIK OMILLARI.

Reja:

11.1 Muzey faoliyatida ijtimoiy muammolar.

11.2 Muzey faoliyatida jamiyat bilan hamkorlik.

11.3 Turistik faoliyat va dunyoviy madaniyat

Tayanch so‘z va iboralar: *Samarqand, Buxoro, Xiva, Shaxrisabz, Qarshi, Termiz, Marg‘ilon, Qo‘qon, Toshkent, IKOM, YuNESKO, Artur Xaselius, Nizom, Turizm Xartiyasi, Xalqaro Turistik tashkilotlar, Filippin, Manila, turizm.*

11.1 Muzey faoliyatida ijtimoiy muammolar.

Turizm (fransuzcha tour - «sayr», «sayohat») — mamlakatning diqqatga sazovor joylarini, tarixiy ahamiyatga ega bo‘lgan ob’ektlarini ko‘rish va bilish maqsadida uyushtiriladigan sayoxat bo‘lib, muzey va tarixiy yodgorliklar, madaniy meros qo‘riqxonalari sayyoxlarni jalb etishda asosiy omil sanaladi.

Muzeyshunoslikda yodgorliklar bilan ishlashning asosiy vazifasi madaniy merosimizning estetik va badiiy qadrini jamoatchilikka etkazish, shuningdek, unga qiziqish bildiradigan xorijiy tashkilotlar va sayyohlar uchun uni tushuntirish va targ‘ib qilish kabi bir qator faoliyatlarni amalga oshirishdan iboratdir.Xalqaro madaniy turizm sohasidagi asosiy normativ xujjat Manila deklaratsiyasi 1980-yil Filippin poytaxti Manila shaxrida qabul qilindi. Bu deklaratsiya xalqaro doiradagi normativ xujjat hisoblanib, unda asosiy e’tibor turli xorijiy davlatlar turistik tashkilotlarining qonun-qoidalari va turli darajadagi sayyoxlar huquqlari asoslab berilgap edi. 1985-yil 22-sentyabrda esa Bolgariya poytaxti Sofiyada Xalqaro Turistik tashkilotlar Bosh Assambleyasining oltinchi sessiya rezolyusiyasida “Turizm Xartiyasi” qabul qilindi. Manila deklaratsiyasida xalqaro turizm faoliyati haqida quyidagi fikrlar bayon etilgan edi: “Turizm turli xalqlar orasidagi asosiy sotsial, iqtisodiy, ilmiy va madaniy

FOR AUTHOR USE ONLY

aloqalarni bog‘lab turuvchi asosiy omildir”. Davlatlararo turizm borasidagi faoliyat Turizm Xartiyasi Nizomi asosida olib borila boshladi.

Turizm Xartiyasida quyidagi asosiy prinsiplar kayd etilgan edi:

- Xar bir erkin inson dam olish va sayoxat qilish huquqiga zga;
- Sayoxat borasida erkinlnk;
- Me’yoriy ish kunlari asosida yillik ta’til talab qilish;

Turistik sayoxat bevosita hududdagi tabiat va tarixiy-madaniy yodgorliklar bilan bog‘liq ravishda tashkillashtirilishi bois, sayoxatchilar ham o‘ziga xos ma’suliyat his etishi lozim. Bu yodgorliklar insoniyat tadrijiy jarayonida shakllangan noyob tarixiy durdonalar hisoblanardi. Aynan shu maqsadda Turizm Xartiyasiga yangi kism — Turistlar Kodeksi sharxi ham ilova qilindi. Bu xujjatda bevosita turistlarga turistik ekskursiyalar va sayoxat davomida qanday me’yoriy talablarga rioya etish qonun-qoidalari ko‘rsatib utilgan edi.

Turizmni rejalashtirish jarayonining ajralmas qismi yodgorliklarni muxofaza qilish bo‘yicha tadbirlar ishlab chiqish hisoblanadi. Bunda turistik markazlarning qabul qilish saloxiyatini hisobga olish va uni saqlagan xolda tarixiy ob’ektlar muxofazasini barqaror rivojlantirish muxim rol uynaydi. Bu borada yodgorliklarni saqlash, ta’mirlash va ulardan samarali foydalanish masalalarini tadqiq etish alohida ahamiyat kasb etadi. Zero, o‘z vaqtida konservatsiya va restavratsiya qilingan yodgorliklar bugungi kundagi sayyoxlik amaliyotida asosiy moddiy manba vazifasini ham o‘taydi. XIX asr oxiri Yevropada yangi to‘rdagi muzeylar paydo bo‘la boshladi. Bu muzeylar XX asrdagi muzeyshunoslikning zamonaviy yo‘nalishini belgilab berdi. Aynan, ushbu ko‘rinishdagi muzeylarni shved filologi va etnografi Artur Xaselius (1833-1901) tomonidan “ochiq osmon ostvdagi muzeylar” deb nomlandi. Turli hududlarda sayoxatda bo‘lgan olim tarixiy yodgorliklarni, etnografik ob’ektlarii folklor, musiqa, raks ko‘rinishlarini milliy an’aialarga xos umumlashtirib, asosiy turizm ob’ektlari sifatida e’tirof etdi.

YuNESKO tashabbusi bilan 1954-yilda (Gaaga konferensiyasi) Xalqaro konvensiya va “Qurolli konfliktlar ruy bergavda madaniyat boyliklarni ximoya qilish to‘g‘risida” shartnoma imzolandi. Tarixiy va madaniy yodgorliklar muxofazasi bilan

FOR AUTHOR USE ONLY

xalqaro muzeylar kengashi (1946), Madaiiyat boyliklarini muxofaza etish va restavratsiya qilish xalqaro tadqiqot markazi (1959), Yodgorliklar va diqqatga sazovor joylarni muxofaza etish bo‘yicha xalqaro kengashi (1965) shug‘ullanardi.

1964-yili Venesiyada bo‘lib o‘tgan xalqaro kongressda yodgorliklarni va diqqatga sazovor joylarni muxofaza qilish masalalari muxokama etildi. Bu jarayonda 61 mamlakatdan delegatlar ishtirok etdi. Bundan keyingi yodgorliklarda amalga oshiriladigan muxofazalash, restavratsiya va konservatsiya qilish ishlari Venesiya xartiyasida qabul qilingan nizom asosida amalga oshiriladigan bo‘ldi. O‘zaro kelishuvga binoan Xalqaro muzeylar kengashi (ICOM) qoshida Tarixiy joylar va yodgorliklarni saqlash bo‘yicha xalqaro tashkiloti (ICOMOS) tashkil etildi. IKOMOSning tashkiliy qo‘mita yetakchisi etib taniqli restavratsiya mutaxassisi, italiyalik olim va amaliyotchi Petro Gossola saylandi. Xartiya asosnomasiga binoan, har bir davlat o‘zining tashkilot bo‘limlari sifatida milliy komitetlarini tuzishi kerak edi. 1965-yili sobiq itgifoqda ham Moskva shaxrida IKOMOSning bo‘limi ochildi. 1969-yilda O‘rta Osiyodagi tarixiy yodgorliklarni muzeylashtirish masalalariga bag‘ishlangan “Yodgorlik va jamiyat” mavzusida kollokvium bo‘lib o‘tdi. Jahon amaliyotida ochiq osmon ostida muzeylarni barpo etish, turizm loyihalarini rivojlantirish masalalari ham qisman ko‘rib chiqildi. Konferensiya ishtirokchilari anjumandan so‘ng O‘zbekistoining tarixiy shaharlariga sayohat qildilar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylarda faqat ekspozitsiyaga qo‘yilgan muzey obyektlarini namoyish qilish ma’lum darajada cheklovlar keltirib chiqarib, keng auditoriyani jalb etish imkoniyatini cheklab qo‘ygan. 1987-yilda muzeyshunos tadqiqotchilar ko‘chmas obyektlar turkumi muzeylashtirilganda ularni “ansambl” deb nomladilar. Lekin, bu atama ma’lum bir turkum obyektlarga ishlatilishi mumkin edi. Keyinchalik arxeologiya, landshaft, tabiat va me’moriy yodgorliklarni muzeylashtirishda “hududiy muzey”, “an’anaviy muzey” atamalari vujudga keldi. Ularni to‘g‘ri saralash, tadqiq etish, yangi interpretatsiyasini rivojlantirish, turistik resurs sifatida foydalanish masalalari o‘rganila boshladi.

«Muzeylashtirish» tushunchasini birinchi bo‘lib F.Y.Shmit o‘z asarlarida qo‘lladi, biroq 1920-yillargacha boshqa terminlar, masalan, «muzey holatiga keltirish» tushunchalaridan keng foydalanildi. Muzeylashtirish tushunchasi tarixiy-madaniy

meroslarni ta’mirlash va muzey-qo‘riqxonalarni tashkillashtirish natijasida rivojlandi. Bundan tashqari, xorijiy mamlakatlar amaliyotida yodgorliklarni muzeylashtirish va ushbu ob’ektlardan samarali foydalanish muhim masalalardan biri hisoblanardi. Ushbu inshootlar o‘z funksiyasini bajarish bilan birga, muzey qonun-qoidalari asosida ish olib bora boshladi. Ana shu sifatlarni umumlashtirgan tarixiy binolar to‘laqonli muzeylashtirilgan ob’ektlar sifatida e’tirof etila boshladi. Namuna sifatida Shvesiya davlati birinchilardan bu amaliyotni qo‘lladi va mingdan ortiq badiiy qiymatga eta ob’ektlar ochiq osmon ostidagi muzeyga aylantirildi. 1917 yildan boshlab Rossiyada ham madaniy paradigmani o‘zgarishi, yodgorliklarni boshqa funksiyalarga moslashtirilishi bilan ommaviy muzeylashtirish ishlari olib borila boshladi. Bu bilan saqlab qolinishi zarur bo‘lgan tarixiy ob’ektlarni muzeyga aylaitirishi yangi madaniyatning optimal vazifasiga aylandi. Bugungi kunda ko‘pgina adabiyotlarda «muzeylashtirish» atamasining ham keng, ham tor ma’noda izoxlanishini uchratishimiz mumkin. Keng ma’noda muzeylashtirish deganda har qanday ob’ektning – u harakatchan yoki harakatsiz bo‘lishidan qat’i nazar – o‘z joyida yoki sun’iy yaratilgan madaniy-tarixiy muhit, ya’ni muzeyda joylashtirilishi tushuniladi. Muzeyshunoslar nazariyasi va amaliyotida muzeylashtirish tushunchasi ko‘prok tor ma’noda o‘z joyida turadigan ko‘chmas muzey ob’ektlariga qarata ishlatilib, bunda «muzey muhiti» shu ob’ektlar atrofida yaratilib, yodgorlikning o‘zi esa eng asosiy eksponat bo‘lib qolardi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylashtirish bilan bog‘liq bo‘lgan eng asosiy terminologik muammolardan biri — bu “Ob’ektlardan qaysilarini «ko‘chuvchan» deb nomlash mumkin?” degan savoldan iborat edi. Xozirgi paytga kelib «ko‘chuvchan» va “ko‘chmas ob’ektlar” orasidagi chegara yo‘qolib bormoqda. Me’moriy yodgorliklar bir joydan ikkinchi joyga ko‘chirilayapti, ulardan ochiq osmon ostidagi muzeylarda kolleksiyalar yaratilayapti hamda sistematik yoki tematik ekspozitsiyalar qo‘yilyapti. Yodgorlik tushunchasining kengayganligi va «noan’anaviy» yangi ob’ektlar muzey doirasiga kiritilishi muzeylashtirilgan ob’ektlarning ko‘payib borishiga sabab bo‘ldi. Harakatsiz yodgorliklardan tashqari, nomoddiy madaniy meros ob’yektlari, rasmiy maqomga ega bo‘lmagan madaniy yodgorliklar hamda tabiat ob’yektlari ham muzeylashtirilgan

obyektlar qatoriga kiradi. Muzeylashtirish — yodgorlikni yaxshi saqlanib qolishi va undan to‘g‘ri foydalanishning eng rivojlangan yo‘li bo‘lib koldi, ko‘p xollarda yodgorlik turgan joyidan siljimasdan, balki shu joyda muzeylashtirilgan eksponat sifatida foydalanildi. O‘z joyidan ko‘chirilganda, uning qiymati pasayar, atrof-muhit bilan bog‘liqligi uzilib va u xaqdagi ma’lumotlar umumiyligi kamayardi. Shu bilan birga, yodgorliklarning o‘zi tarixiy-madaniy ahamiyatga ega bo‘lib, uning joylashgan mintaqa aholisi uchun iftixor manbaidir. Muzeylashtirish jarayoni orqali mahalliy aholining madaniy, tarixiy va badiiy qadriyatlari ochib berilishi mumkin.Xalqaro muzeylar soveti — IKOMning XI Bosh konferensnyasida tashkilotning rasmiy tili ingliz tili ekanligipi inobatga olgan xolda, maxsus muzey amaliyoti uchun turli tillarda ikki mingdan ortiq soxaga oid atamalar ekvivalentini yaratish masalalari ko‘rib chiqildi. Uning taqdimoti Argentinada 1986 yili bo‘lib o‘tadigan IKOMning XVI Bosh konferensiyasida namoyish qilinishi rejalashtirildi. Bu loyixa soxaga zarur xalqaro reja bo‘lib, kelajakdagi ilmiy, madaniy, turistik alokdlarni mustaxkamlashda ijobiy natijalar berardi.

Turli mamlakatlar haqida tarixiy yodgorliklar bo‘yicha ma’lumotlar bazasi borligiga qaramasdan “Yuz marta eshitgandan ko‘ra, bir marta ko‘rgan yaxshi” iborasi madaniy turizmning shiori hisoblanadi. Shuning uchun, turistlarni hududlarga jalb qilish maqsadida tarixiy shaxarlarda turli etnografik dasturlarni, maxsus milliy marosimlarni va madaniy kechalarni xar tomonlama puxta uylab rejalashtirishi va takomillashtirishi ham muxim omil vazifasini o‘taydi. 1981 yildan boshlab muzeylar amaliyotida turli tarixiy-etnografik ob’ektlarda maxalliy an’analarga xos bayramlar namoyishi tashkillashtirila boshladi.

Turistik faoliyat va dunyoviy madaniyat koordinatsiya va standarizatsiyasida YuNESKO va Butun Jahon Turistik Tashkiloti yetakchi o‘rin egallardi. Mazkur xalqaro tashkilotlar tomonidan dunyoning turli mamlakatlaridagi turizm va madaniyat vakillari ishtirokida o‘tkazib kelinayotgaya Bosh assambleyalar, konferensiyalar va boshqa tadbirlar xalqaro hamkorlikning xaqiqiy mexanizmi sanalardi. Ular tomonidan qabul qilinuvchi qaror milliy va xalqaro darajada taqliflarni ishlab chiqishdagi asos bo‘lib xizmat qildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Bu borada YuNESKOning madaniy, tarixiy va tabiiy yodgorliklarni saqlash bo‘yicha bo‘yicha konvensiyasi va tavsiyasi alohida e’tiborga molik edi. Bunda turizmning keyingi rivoji uchun ob’ektlarni saqlash muximligi ta’kidlanardi. Madaniyat sohasida global yo‘nalishlarni belgilash maqsadida o‘tkazilgan Butunjahon konferensiyasi doirasida madaniy, tarixiy va tabiiy meros obyektlarini himoya qilish va ulardan foydalanish asosida turizmni rivojlantirish yo‘llari to‘g‘risidagi qarorlar qabul qilina boshladi.Tarix, madaniyat va tabiat yodgorliklari mamlakatning milliy boyligi sanaladi. Turistik maqsadda hududlarni o‘zlashtirish “Saqla-tikla-ziyon yetkazma!” prinsip bo‘yicha oqilona munosabatda bo‘lishni talab etardi. Madaniy yodgorliklar va muzeylarni ijtimoiy himoyalash va noan’naviy yangi ko‘rinishdagi loyixalarni muzey amaliyotida tadbiq etish “XX asr muzeylari” yaratilishiga sabab bo‘la boshladi. Bundan tashqari muzeylardagi turli yangiliklar turistlarni jalb qilar va ma’lum ma’noda iqtisodiy jihatdan ta’minlanishga yordam berardi”.

1988-yil oktyabr oyida Vankuvereda (Kanada) turizm bo‘yicha xalqaro konferensiya o‘tkazilib, unda dunyoni saqlab qolishda turizmning o‘rni va roli masalalari ko‘rib chiqildi. Konferensiyada 65 ta mamlakatdan 500 ga yaqin delegatlar ishtirok etdi. Konferensiyada xalqlar o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarni rivojlantirish va o‘zaro munosabatlarni mustaxkamlashda turizmning ta’siri ko‘rib chiqildi. Ishtirokchilar forum doirasida turizmning ommaviy ta’sirini quyidagicha taxlil qilishdi: “Turizm, o‘z navbatida barcha soxa tarmoqlariga murojat qilgan xolda, dunyoni saqlashdagi kuchli harakat turidir. U xalqlar orasida o‘zaro aloqalarni ta’minlaydi va mustaxkamlaydi” .

1988-yil IKOMning Lyuksemburg Milliy muzeyida bo‘lib o‘tgan navbatdagi yig‘ilishida muzeylashtirilgan arxeologiya va me’moriy yodgorliklarni saqlash, restavratsiya qilish va ulardan foydalanishni qo‘riqxonalarni takomillashtirish masalalari ko‘rib chiqildi. Har bir davlat o‘z imkoniyatidan kelib chiqqan xolda moliyaviy mablag‘ ajratishi tavsiya etildi. Muzey qo‘riqxonalarni tashkil qilishga doir loyixani ishlab chiqishda yangicha tadqiqot usullari qo‘llanilish tartibi ishlab chiqildi. Bu loyiha doirasida O‘zbekistondagi Buxoro va Xiva muzey-qo‘riqxonalarini rivojlantirish masalalari ham qo‘yilgan edi. Komitetning keyingi yig‘ilishi

FOR AUTHOR USE ONLY

“Zamonaviy muzeylarning traisformatsiyasi” mavzusida bo‘lib, Niderlandiyada bo‘lib o‘tdi. Bugungi kunda dunyoning turli burchaklaridan tashrif buyuradigan sayyoxlar Samarqand, Buxoro, Xiva, Shaxrisabz, Qarshi, Termiz, Marg‘ilon, Qo‘qon, Toshkent singari tarixiy shaxarlardagi osori-atiqalarni katta qiziqish bilan tomosha qilishadi. “Respublikadagi milliy qadriyatlarni tiklash borasidagi doimiy g‘amxo‘rligi tufayli ko‘plab yodgorliklar qayta ta’mirlandi, san’at va xalq ijodiyotining ai’anaviy turlarini rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratildi. 1991-yilda Xivadagi “Ichan kal’a”, 1993-yilda Buxoro shaxrining tarixiy markazi, 2000-yilda Shaxrisabzning Amir Temur va Temuriylar davri me’morchilik obidalari, 2001-yilda Samarqand shaxrining tarixiy yodgorliklar YuNESKOning “Butunjahon madaniy meroslari ruyxati”ga kiritildi. Bundan tashqari 1993-yildap boshlab muzey-qo‘riqxonalariing xorijiy davlatlarda ko‘chma ko‘rgazmalari ham tashkil etila boshladi. Jumladan, birinchi bo‘lib 1993-yildan boshlab Samarqand davlat muzey-qo‘riqxonasi fondlarida saqlanayotgan san’at asarlarining ko‘rgazmasi Fransiyanipg Parij, Tuluza shuningdek Normandiyaning Koan shaxarlarida namoyish etildi. Samarqand muzey-qo‘riqxonasi xodimlarini Temuriylar davri san’tini o‘rganish assosatsiyasining prezidenta Lyusen Koren, Buyuk ipak yo‘lini o‘rganish Butunjahon loyixasining direktori Dudu Den va boshqalar qabul qilishdi”. Bunday ko‘rgazmalarni tashkil etilishi xorijiy tomoshabinlarni O‘zbekistonga bo‘lgan qiziqishlarini, intilishlarini yanada orttira boshladi. Turistik ko‘rgazmalarda doimiy ravishda ishtirok etish, muzeylarga :

- Qisqa muddatda muzey haqida, uning ekspozitsiyalari haqida, u o‘tkazadigan tadbirlar, maxsus dasturlar, yangi ko‘rgazmalar haqidagi zarur ma’lumotlarni keng tarqatish;
- Muzey taklif qiladigan potensial hamkorlarni va joriy xizmatlarga talablarni aniqlash;
- Turistik bozorning talablari va o‘zgarishlarini o‘rganish;
- O‘z rejalarini aniqlashtirish va yaqin orada aktual bo‘lishi mumkin bo‘lgan ishning ancha muhim yo‘nalishini belgilab olish;
- Turistik firmalar bilan bevosita aloqalarni o‘rnatgan xolda muzey uchun kattaroq foyda keltiradigan perspektiv xodimlarni aniqlash kabi imkoniyatlarni yarata

FOR AUTHOR USE ONLY

boshladi.

Shuni nazarda tutish kerakki, xalqaro ko‘rgazmalarda muzeylarning xar bir keyingi namoyishi borasida to‘plangan malakalarni hisobga olsa va o‘tgan ko‘rgazmalar taxlillariga asoslansagina bu yo‘nalishda samarali yutuklarni qo‘lga kiritish mumkin edi. O‘zbekistondagi yirik muzeylar qiziqarli eksponatlari, muzey bukletlari shuningdek tarixiy yodgorliklar fotojamlanmasi ba’zi xolatlarida maketlari bilan ko‘rgazmalarda ishtiroki ta’minlana boshlandi. 1999-yilning aprel oyida esa Xiva shaxrida “Turizmni rivojlantirishda madaniyatning roli” mavzuida xalqaro konferensiya o‘tkazilib, “Xiva” deklaratsiyasi qabul qilindi. 2001-yilning noyabr oyida Ipak Yulini qayta tiklash va turizmni rivojlantirish maqsadada “Buxoro” deklaratsiyasi tuzildi hamda 2004-yilda Butunjahon Turistik tashkiloti tashabbusi bilan Samarqand shaxrida “Buyuk Ipak Yo‘li” idorasi ochildi. Shuningdek, undan ortiq xorijiy davlatlarda “O‘zbekturizm” milliy kompaniyasining axborot markazlari faoliyat boshladi. Bundan tashqari O‘zbekistoning boy tarixiy va madaniy merosini xorijda targ‘ib etishda “YuNESKO” bilan Germaniya televideniyasi bilan hamkorlikda 2000-yilda O‘zbekistonning Samarqand, Xiva va Buxoro tarixiy shaxarlari buylab “Dunyo xazinasi va insoniyat merosi” turkumida kinolentalar tayyorlandi. “Samarqandga uch yo‘l” va “Buxoro — Ipak yo‘lidagi marvarid” filmlarida muzeylashtirilgan me’morchilik durdonalari, maxobatli masjidlar va maqbaralar gavdalantirilgan edi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Respublikada mavjud uchta muzey-qo‘riqxona qadimiy shaxarlarda joylashgan Samarqand Davlat muzey-qo‘riqxonasi, Buxoro Davlat muzey-qo‘riqxonasi va Xivadagi “Ichan-Kal’a” davlat muzey qo‘riqxonalari mustaqillik yillari madaniy turizm rivojida muxim ahamiyatga ega. O‘zbekiston Respublikasi Xukumatining Xiva ichki shaxri “Ichan-qala”ni Davlat me’moriy qo‘riqxonasi deb e’lon qilish haqidagi qarori yodgorliklarni muxofaza qilish va ular atrofidagi muhitni saqlash ishida muhim voqeadir. 1996-yili Xiva shaxrining 2500 yillik yubileyi munosabati bilan shaxarning sayyoxlar o‘tadigan yo‘nalish (marshruti) bo‘ylab joylashgan tarixiy yodgorliklar va yo‘llarni obodonlashtirish bo‘yicha O‘zbekiston Madaniyat ishlari Vazirligining, Yodgorliklarni ilmiy ishlab chiqarish Bosh Boshqarmasining №10-09/81 sonli 1996-yil 26-aprel buyurtma xati asosida OTAJ “Ta’mirshunoslik” tomonidan 1997-yilda

qilinadigan ishlarning ro‘yxati tuzildi. Shu ruyxat asosida 30 dan ziyod muzeylashtirilgan yodgorliklar bo‘yicha ta’mirlash loyixa xujjatlari ishlab chiqildi. Qo‘riqxona hududi xozirgi mavjud qal’a devorlari doirasida belgilanib, tarixiy, badiiy va me’moriy qimmatga ega bo‘lgan barcha majmualarni o‘z ichiga oladi. “Xivadagi ijobiy tajribadan foydalanib, Buxoro va Samarqand shaxarlarining tarixan tarkib toptan markazlari ham muzeylashtirilgan tarixiy-me’moriy qo‘riqxonalar deb e’lon qilindi. Zamonaviyligi shaxarlar gurkirab o‘sib borayotganligi munosabati bilan O‘zbekistonning eng qadimiy shaxarlarini batafsil rejalashtirish loyixalariii ishlab chiqish zarurati tug‘ildi. Buxoro, Samarqand, Xiva, Shaxrisabz, Toshkent shaxarlari uchun shunday loyixalar ishlab chiqilib, muxofaza qilinadigan, tartibga solinadigan hududlarning chegaralari aniq belgilab qo‘yildi. Respublikadagi mutaxassis olimlar va xalq ustalarining yuksak aqliy salohiyati va mohirona mexnati tufayli shunday ishlarni amalga oshirish imkoniyati tug‘ildi”.

“Ichan-Kal’a muzey-qo‘riqxonasida 53 ta muzeylashtirilgan me’moriy yodgorlik mavjud bo‘lib, shundan 20 ta tarixiy yodgorlikda muzey ekspozitsiyalari joylashgan”. “Miloddan avvalgi birinchi ming yillik o‘rtaligida vujudga kelib, hozirgi davrgacha muttasil o‘sib kelgan madaniy qatlamni uzoq yillar puxta o‘rganish tufayli Ichan qal’a o‘rnidagi shaharga miloddan ilgarigi beshinchi asrda asos solingan, deya xulosaga kelindi. Shunga binoan YUNESKO Bosh konferensiyasining 1995-yil Parij shaxrida bo‘lib o‘tgan 28-sessiyasida Xivaning jahon madaniyati taraqqiyotida tutgan o‘rni alohida qayd qilinib, O‘zbekistonning yana bir azim va buyuk shaxri — Buxoro bilan bir qatorda uning ham 2500 yilligi dunyo miqyosida nishonlandi”. “Avesto” ning 2700 yillik yubileyi munosabati bilan Xivada 112 ta tarixiy yodgorlik qayta ta’mirlandi. Keyingi yillarda nafaqat Ichan Kal’a, balki Deshon qal’adagi tarixiy yodgorliklarni ta’mirlash ishlari ham keng yo‘lga qo‘yildi. Jumladan, Qibla Tozabot, Otajon to‘ra, Said Modi Ruyi Jahon singari jami 47 ta tarixiy yodgorlik ta’mirdan chiqarildi. 2000-yilda qadimiy shaharni tomosha qilgan sayyoxlar soni 141541 kishiga yetdi. Ularning olti mingga yaqin xorijiy mehmonlar bo‘lib, ularga faqat “Ichan dal’a” muzey-qo‘riqxonasining o‘zida uch million sumga yaqin pullik xizmatlar ko‘rsatildi. 2005-yilda Xivadagi muzeylashtirilgan tarixiy-me’moriy obidalar joylashgan hududlar

FOR AUTHOR USE ONLY

zamini, ularning geologik tuzilishi va namlanishi jarayonlari elektromagnit usullar yordamida o‘rganildi. Bu boradagi asosiy ishlar Ichan-qal’aning Xon ko‘chasi bo‘ylab, mufassal elektromagnit tadqiqotlari esa Juma masjid, Kutlug‘ Murod Inoq madrasasi va Saidniyoz Sholikorboy masjid va minorasi yodgorliklaring poydevorlari yonidan o‘tkazildi. Bu borada olib borilgan kompleks tadqiqotlar, tajribaviy ishlar, ya’ni tarixiy yodgorliklarni ta’mirlashdek davr ahamiyatiga molik bo‘lgan bu ishlar bevosita turizm rivojida beqiyos katga ahamiyatga ega. 2010-yili “Ichan-Qal’a” muzey-qo‘riqxonasi jamoasi tarixiy yodgorliklarni ta’mirlash, tashviqot ishlarini olib borib, sayyoxlarga muzey xizmati ko‘rsatishni talablar darajasida tashkil qilinishi natijasida tomosha qilgan sayyoxlar soni 711870 taga yetdi. Asosiy e’tibor ilmiy-tematik ekspozitsion plan, ekskursiya, ma’ruza matnlari yozishga va viloyat tumanlariga ilmiy ekspeditsiyalar tashkil qilinib, muzey fondini boyitishga qaratildi. Sayoxdar uchun asosan “Xiva shaxrining tarixiy obidalari”, “Xorazmda shaxarsozlikni rivojlanishi, antik va o‘rta asrlardagi Xorazm shaxarlari”, “Ma’muniylar davrida ilm-fan va madaniyatning yuksalishi” mavzularida ekskursiyalar olib borila boshlandi. Muzey-qo‘riqxona ekspozitsiyalarida qadimdan to xozirgi kungacha bo‘lgan Xorazm tarixi, amaliy san’ati, hunarmandchiligi, madaniyati aks ettirilgan bo‘lib, ilmiy va qiziqarli eksponatlar jamlanmasi tomoshabinlar kuzatuvida uzviylikni ta’minlay oladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Samarqandda turistik markazning me’moriy yechimini ishlab chiqishda va joylashtirishga mos o‘rin tanlashda asosiy e’tibor shaxarning zamonaviy xayotidagi funksiyasi bilan turistik kompleks funksiyasining birikmasi muammosiga qaratildi. Bundan tashqari, Registon, Go‘ri Amir va Bibixonim majmualari — asosiy ko‘rgazma ob’ektlari idroki uchun optimal shart-sharoit yaratib berish vazifasi turardi. “1995-yili Registon atrofidagi Bog‘imaydon — 1,-2,-3, mahallasi axolisi bilan ijtimoiy so‘rovnoma o‘tkazadi va mahalliy arxitektorlar hamda YUNESKO qaroriga asosan tarixiy shaxar qiyofasini buzadigan zamonaviy zamonaviy turar-joylar qurilishi to‘xtatildi”. 2007-yilda esa Samarqandning tarixiy yoshini aniqlashga asos bo‘lgan, moziyning eng olis manzillaridan hikoya qiluvchi Afrosiyob tepaliklari “Ochiq osmon ostidagi muzey” degan nomga sazovor bo‘ldi. Ushbu yodgorlik bo‘yicha 100 yildan buyon ilmiy izlanishlar olib borilgan bo‘lib, 400 dan ortiq ilmiy ishlar yaratilgan edi.

2007-yilda Afrosiyob tepaliklaridan o‘tadigan yo‘llarda avtotransport qatnovi to‘xtatildi va yodgorlik sayyoxlik yo‘nalishi sifatida saqlab qolindi. 219 gektarni egallagan Afrosiyob qadimiy shaxar harobalari, haqiqiy arxeologik qo‘riqxonaga aylantirildi. Bu yerda sayyoxlarning arxeologik ob’ektlarni tomosha qilish uchun, osma transport yo‘li — funukler tashkil etish ham loyihalandi. Ulug‘bek rasadxonasidan boshlangan sayohat marshruti, bir yo‘nalishda Hazrati Doniyor qadamjosi, Afrosiyob tepaliklari, Hazrati Xizr masjidi va maqbarasi, Registon majmui, Ruxobod, Go‘ri Amir, Oqsaroy maqbaralari va ko‘pgina muzeylashtirilgan obidalar bilan tanishishi mumkin, “Muzey-qo‘riqxonaning xalqaro aloqalari O‘zbekiston mustaqilligi davrlarida yangicha mazmun kasb etdi.

XX asr oxirida muzey eksponatlari Parij, Leon, Shtugart, Gannover, Pensilvaniya va boshqa xorij shaxarlarida tashkil qilingan ko‘rgazmalarda ham namoyish qilindi”. Samarqand Davlat birlashgan tarixiy-me’moriy va badiiy muzey-qo‘riqxonasi ham keyingi yillarda tarixiy madaniy boyliklarni saqlash, tadqiqot, targ‘ibot va tashviqot qilish bo‘yicha keng ko‘lamli ishlar olib borilmoqda. Muzey-qo‘riqxona tarkibida tarixiy yodgorliklarni aniqlash, ularni hisobga olish va davlat ximoyasiga kiritish ishlarini amalga oshiruvchi, shuningdek, arxitektura va arxeologiya yodgorliklarini saqlash va ulardan foydalanish muammolari bilan shug‘ullanuvchi nazorat inspeksiyasi ham mavjud. Hozirgi kunga kelib muzey-qo‘riqxona tomonidan Samarqand viloyati hududidagi 2,5 mingga yaqin arxeologik yodgorliklar hamda 770 ta me’moriy obidalar ruyxatga olingan. Shuningdek, Samarqandiing yaxlit tarixiy-me’moriy qiyofasini saqlash maqsadida muzey-qo‘riqxona muxofaza chegaralari aniqlandi. Muzey xodimlari O‘zbekiston Respublikasi axolisi va xorijiy mehmonlar orasida muzeyda saqlanayotgan badiiy-tarixiy boyliklarni targ‘ib qilish bo‘yicha ko‘pgina ishlarni amalga oshirmoqda. Muzey-qo‘riqxona tizimiga kiruvchi muzeylar va me’moriy yodgorliklar bo‘yicha fondda saqlanayotgan muzey kolleksiyalarini o‘rganish maqsadida 10 ta buklet, yo‘l-ko‘rsatma va katalog matnlari tayyorlandi (Amir Temur maqbarasi, Bibixonim jome’ masjidi, Xoja Doniyor maqbarasi, Xazrati Xizr masjidi, Mirzo Ulug‘bek muzeyi, Afrosiyob devoriy suratlari va Samarqandning tarixiy yodgorliklari va muzeylari haqida).Muzey-qo‘riqxona faoliyatini turistlarga

FOR AUTHOR USE ONLY

ommalashtirish maqsadida xorij va respublikaning gazeta- jurnallari, ilmiy to‘plamlarida 60 ta maqolalar e’lon qilindi. Bunday tarzda ommaviy nashrlarda muzey-qo‘riqxona to‘g‘risidagi ma’lumotlarni aks ettirilishi muzey ishi faoliyatida ilmiy-tadqiqot ishlarini yoritishda muxim manbalar asosini tashkil etadi.

2011-yil ish rejasida turistik imkoniyatlarni kengaytirish maqsadida Xayrobod masjidida “Musiqa tarixi muzeyi”, Ko‘kmasjid kompleksida “Gilamchilik muzeyi”, Maxdumi Xorazm masjidida “Badiiy metall muzeyi”, Nodir Devonbegi madrasasida Madrasa tarixi, Xo‘ja Axrori Vali xayoti va faoliyati haqida ekspozitsiya va ko‘rgazma yaratish hamda Xazrati Xizr masjidida masjid tarixi haqida ko‘rgazma tashkil etish ishlari ko‘rib chiqildi. Amaliy san’at namunalari va tarixiy jarayonlarni mashxur shaxslar biografik xolati bilan uyg‘unlashtirishi qiziqarli ekspozitsiya muhitini yaratib, ekskursiyalar uzviyligini ta’minlay oladi. Shubxasiz, bunday ekskursiya davomida tomoshabin qiziqarli ma’lumotlar ba’zasini umumlashtiradi.

Tarixiy madaniy yodgorliklar joylashgan hududaarni, muzey- qo‘riqxonalarning «atrof — muhitini muxofaza qilipshi ta’minlash tarixiy turistik ob’ektlar joylashgan joylarda ekologik xolatni nazorat qilish muximdir. Yuqoridagi omillarni hisobga olgan xolda “2000 yildan boshlab tarixiy yodgorliklar joylashgan muzey-qo‘riqxonalarda “Ekobus” — elektavtobuslari yo‘lga kuyildi. Mazkur mikroavtobuslar tarixiy obidalar, osori-atiqalar joylashgan ko‘chalar buylab sayohatchilarga xizmat ko‘rsata boshladi”. Unipg afzalligi shundaki, “ekobus” xech qanday tutun chiqarmaydi, atrof-muhitni ifloslantirmaydi. Avtobus yoki mashinalar harakatlanishiga noqo‘lay tor ko‘chalardan ham bemalol yura oladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylashtirilgan tarixiy yodgorliklarni o‘zida mujassamlashtirgan yana bir yirik turistik markazlardan biri Buxoro O‘rta Osiyodagi Buyuk ipak yo‘lida joylashgan jahon madaniyatining rivojlanishida alohida o‘rin tuggan qadimgi voxalardan hisoblanadi. Buxoro viloyati hududida hammasi bo‘lib 660 ta madaniy meros ob’ektlari saqlanib kolingan va ularning 146 tasi Respublika ahamiyatiga, 514 tasi esa, maxalliy ahamiyatga ega bo‘lgan madaniy-meros ob’ektlar hisoblanadi.

Respublikaning yana bir qadimiy muzeylardan biri hisoblangan Buxoro davlat me’moriy-badiiy muzey-qo‘riqxonasi 1998 yildan boshlab toifadan tashqari muzey-

qo‘riqxona sifatida faoliyat ko‘rsatmokda. Uning ekspozitsiyalari 12 ta saroy va me’moriy majmualarda joylashgan. Muzey-qo‘riqxona binolari soni 2005 yili 32 taga ortdi, 2006 ynlda esa 1 taga kamayib, 31 tani tashkil etdi. “1993 yilda Buxoro YuNESKO tomonidan Misrdagi Memfis nekropoli, Rimning tarixiy markazi, Afina akropoli, Moskva kremli va Xiva qadimiy majmui qatori jahon merosi shaxarlari ruyxatiga kiritilgani uning boy madaniy merosi olamshumul ahamiyatga ega ekanligidan guvoxlik beradi”. 1993-2000-yillar mobaynida Buxoroga tashrif buyurayotgan turistlar soni yiliga besh ming atrofida bo‘lsa, bu ko‘rsatkich 2000 yilga kelib 35 ming nafarni tashkil etdi. 2010 yilda esa 606,2 ming sayyoxga pullik xizmat ko‘rsatilib, 34391 ta maxalliy va xorijiy sayyoxlarga ekskursiya ishlari asosan quyidagi ob’ektlar bo‘yicha olib borildi: Ark-Buxoro viloyat o‘lkashunoslik muzeyi, Zindon — XVII asr oxiri — XVIII asr boshi qamoqxona muzeyi, Amaliy san’at muzeyi (Moxi-xossa), “Nakshbandiya tariqati” muzeyi, gilamlar ko‘rgazmasi, savdogar boy uyi XIX asr, Devonbegi xonaqosi, Temirchilik xunari tarixi muzeyi-ustaxonasi, Buxoro suv ta’minoti tarixi muzeyi, Abu Ali ibn Sino memorial muzeyi, Varaxsha muzeyi, Sadriddin Ayniy muzeyi, Tasviriy san’at muzeyi, Imom al-Buxoriy xotira-majmuasi, qadimiy Poykent shaxarchasi tarixi muzeyi, Sayyoxlarga qulaylik yaratish uchun mehmonxonalarda elektron pochta aloqa tizimidan foydalanish, sharoitlari yaratildi, xalqaro Internet aloqa tarmog‘iga ulanishni yo‘lga qo‘ydi. Nodir Devonbegi madrasasida “Buxoro” mehmonxonasi restoranining shubasi tashkil etildi. Ta’mirdan chiqgan Chor Bakr majmuini sayyoxlik yo‘nalishiga kiritildi. Shuningdek, muzey-qo‘riqxonada 8 ta hunarmandchilik markazlari, ustaxonalar, do‘konlar barpo etildi, Bundan tashqari sayyoxlar milliy madaniyatimiz an’analaridan “Buxorocha” dastasi, ’’Ovatsiya” ijodiy guruhining chiqishlari namoyish etila boshlaidi. Bu o‘rinda ta’kidlab o‘tish joizki turizmda qizikarli teatrlashtirilgan dasturlarni o‘rinli tashkil etish ham soxa rivojidagi muxim omillardan sanaladi. Bunda muzeylar doimiy ravishda teatr kollektivlari bilan yaqin aloqada bo‘lishlari talab etiladi.

2010-yilda 24 ta sayyoxlik firmalari bilan o‘zaro hamkorlikda ishlash haqida shartnomalar tuzilib, turizm sohasidagi hamkorlikdagi ishlar amalga oshirildi. 2010-yilda Buxoro davlat muzey-qo‘riqxonasiga tashrif buyurish 2009 yildagi (469,4

FOR AUTHOR USE ONLY

kishi)ga nisbatan 29% ga, jami barcha sayyoxdik tashkilotlari tomonidan muzey-qo‘riqxona ob’ektlarida ekskursiya o‘tkazish 9% ga, shu jumladan muzey-qo‘riqxona xodimlari tomonidan o‘tkazgan ekskursiyalar soni 5% ga, xorijiy sayyoxlarning tashrifi — 14% ga ortdi. Muzey — qo‘riqxona ilmiy va ekskursiya bo‘limlari boshchiligida kadrlar zaxirasini yaratish va chuqur bilimga eta bo‘lgan ekskursovodlar tayyorlash maqsadida Buxoro Turizm kollejining 3 ta turoperatorlik va Buxoro madaniyat kollejining milliy liboslar tayyorlash guruxlarining talabalari ishlab chiqarish va diplom oldi bitiruv amaliyot mashg‘ulotlarini Ark-Buxoro viloyat o‘lkashunoslik muzeyi, Sitorai Moxi-Xossa xalq amaliy bezak san’ati muzeyi, Kamoliddin Bexzod nomidagi tasviriy san’at muzeyi, “Nadshbandiya tariqati” muzeylarida o‘tashdi.

Muzeyga tashrif buyuruvchilar e’tiborini jalb qilish maqsadida bir qator tashkiliy choralar amalga oshirildi:

- Ilgari tayyorlangan tarixiy yodgorliklarni tasvirlaydigan ko‘krak nishonlari, bukletlar, eksponatlardan tushirilgan ochiq kartalar to‘plamlari va muzey nashrlari sotuvga chiqarildi;
- Ommaviy axborot vositalarida muntazam ravishda mavzu bo‘yicha intervyular va reportajlar efirga uzatildi;
- Sayyohlar oqimi ko‘payadigan davrlarda muzeylarning ish vaqti uzaytirilgan jadval asosida tashkil etildi;
- Turizm potensialini oshirish maqsadida yangi ekskursiya marshrutlari ishlab chiqishga harakat qilindi;
- Muzey va ko‘rgazma zallarida eksponatlarni muntazam yangilash va almashish amaliyoti yo‘lga qo‘yildi;
- Mavjud ekspozitsiyalar tarkibi va ko‘rgazmalar mazmunini yanada boyitish uchun ularning qayta tashkili va modernizatsiyasi amalga oshirildi.

Muzeylashtirilgan tarixiy yodgorliklardan iborat kuchmas va ko‘char muzey predmetlarni o‘zida mujassamlashtirgan muzey-qo‘riqxonalar faoliyatini takomillashtirishda faqat ekspozitsiya ishlarini yangilashdan tashqari zamonaviy

FOR AUTHOR USE ONLY

axborot texnologiyalari orqali yangicha ko‘rinishlarni kashf etish turizmda asosiy sifat belgilaridan sanaladi. Muzeylar elektron hujjatlashtirish va raqamli tasvirlash usullaridan foydalangan holda o‘z kolleksiyalarini zamonaviy axborot tizimlariga integratsiya qilish, shuningdek xalqaro internet tarmog‘ida o‘zlarini namoyish etish imkoniyatini yaratmoqda. Bundan tashqari, onlayn platformalar orqali to‘plangan foydalanuvchilar fikrlari va qiziqishlari asosida yangi internet resurslarini shakllantirish mumkin. Shu bilan birga, ushbu tarmoqlarda vizual va matnli materiallarning uyg‘unligi orqali tomoshabinlar mavzuga oid izchil va yangilanib turuvchi axborot oqimi bilan tanishish imkoniyatiga ega bo‘ladi. 2002-yildan Buxoro muzey-qo‘riqxonasida yangi “Ochiq xazina” kompyuter markazi Internet tarmog‘ida o‘z saytini yaratib, muzey fondida saqlanayotgan eksponatlar tizimini dunyoning barcha mamlakatlarida yetkazib berish imkoniyatiga ega. Bunday xolat, albatta muzeyni jahon muzeylari bilan hamkorligini o‘rnatishga xizmat qiladi. O‘zbekiston madaniyati va tarixini muzey kolleksiyalari asosida internet orqali tanishtirish va zamonaviy raqamli dasturlarni ishlab chiqish kelajakda muzey faoliyatida yangi innovatsion yondashuvlarning paydo bo‘lishiga muhim turtki bo‘ladi.Ta’kidlab o‘tish joizki, muzeylarning internet tizimidagi keng qamrovli ma’lumotlar bazasi chegaralanmagan kirish tizimida xorijiy sayyoxlarning ham O‘zbekiston madaniy va tarixiy boyliklari bilan tanishishga nisbatan qiziqishlarini ham oshirishga xizmat qilmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

O‘zbekistondagi yirik muzey-qo‘riqxonalardan tashqari Qo‘qon shahar o‘lkashunoslik muzeyi va uning shu’balarida (Xamza uy-muzeyi, Muqumiy xujra muzeyi, Qodirjon Hadarov uy-muzeyi, Jome’ amaliy san’at muzeyi) ham sayyohlarga yangi ekskursiya dasturlari ishlab chiqila boshladi. 2007-yildan boshlab “Qo‘qon mustaqillik yillarida”, “Xudoyorxon o‘rdasi bo‘ylab”, “Qo‘qon hunarmandchiligi kecha va bugun”, “Qo‘qondagi milliy me’morchilik obidalari bo‘ylab”, “Qo‘qondagi Rus-yevropa me’morchilik yodgorqliklari” ekskursiya marshrutlari tashkil etildi. Mahalliy tomoshabinlar va sayyoxlarning qiziqishlarini hisobga olgan xolda, olib borilgan tadqiqot ishlari va taxdil asosida 2010 yilda muzeylashtirilgan Jome’ masjidi binosida yangi barpo etilishi rejalashtirilgan “Qo‘qon amaliy san’ati va

hunarmandchiligi" muzeyi ekspozitsiyasi konsepsiyasi ishlab chiqildi. Konsepsiya bo‘yicha quyidagi amaliy san’at va hunarmandchilik turlari namoyish etilishi belgilab olindi: yog‘och o‘ymakorligi, kandakorlik, xattotlik va kitobot, kashtado‘zlik, pichoqsozlik va kulolchilik, zargarlik va chinnisozlik. Bu to‘rdagi noyob milliy amaliy san’at namunalarining ekspozitsiyaga qo‘yilishi sayyohlarning muzeyga bo‘lgan e’tiborini oshira boshlaydi. Muzeyda turizmni rivojlantirish maqsadida marketing va menejment negizi sifatida reklamaning turli shakllari ham tadqiq etila boshladi:

1. Muzey tomonidan nashr etilgan “Xudoyorxon o‘rdasi”, ’’Qo‘qon”, “Qo‘qon tangalari” bukletlari, Xudoyorxon o‘rdasi tashrifi tushirilgan otkrьitka va ko‘krak nishonlari muntazam ravishda tarqatib turildi.

2. Har yili an’anaviy tarzda bo‘lib o‘tadigan xalqaro turizm yarmarkasining “Buyuk ipak yo‘li” ko‘rgazmasida muzey o‘z osori-atiqalari va reklama bukletlari bilan ishtirok etib, targ‘ibot ishlarini olib bordi.

3. Xudoyorxon o‘rdasi va Jome’ yodgorligi aks ettirilgan pochta markalari yil mobaynida pochta aloqalarida qo‘llanib kelindi.

4. “O‘zbekiston me’morchiligi durdonalari” turkumi asosida Xudoyorxon o‘rdasi, Jome’ yodgorligi to‘g‘risida xujjatli filmlar tayyorlandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Umuman olganda, muzey jamoasi bu ulkan o‘zgarishlarni tarixda saqlab qolish, sayyoxlarga turli muzey vositalari bilan xizmat ko‘rsatish shaqllarini taxlil etish, tarixiy manbalarni taxlil etgan xolda mukkamal turistik marshrutlar loyihasini yaratish kabi muxim vazifalarni belgilangan reja asosida amalga oshirib keldilar. Qo‘qon shaxar o‘lkashunoslik muzeyi va uning shu’balari bo‘yicha tadqiq etilgan hisobotlarni o‘rgangan xolda ayrim kamchiliklar va kelajakda bajarilishi kerak bo‘lgan ba’zi bir fikrlarni ham aytib o‘tish joiz. 2012-yildan boshlab Qo‘qon shaxrida zamonaviy yangi mehmonxonalarni ishga tushirish, milliy hunarmandchilik markaziii tashkil etish, sayyoxlarni faqatgina tarixiy-madaniy meros ob’ektlari bilan tanishtiribgina qolmay, to‘y marosimlari, hunarmandlar ustaxonalari bilan yaqindan tanishtirish ishlari yo‘lga qo‘yilishi zarur. “Muzey imidji” kataloglar seriyasini qo‘llash va kiritish muzeylarda eksponat va kolleksiyalar uchun zamonaviy mavzularni tanlashda ham yangiliklar yaratmokda. Muzeyda vaqtinchalik ko‘rgazmalar tashkillashtirilganda ko‘rgazma

kolleksiyalarining ekspozitsiya xolatini faqatgina fotolarda emas balki, musiqa va konmpyuter grafikasi bilan uyg‘unlashtirilagan elektron nusxa CD disk jamlanmasida yaratish zarur. Muzeyga tashrif buyuruvchi sayyoxlar esa uni CD disk jamlanmasida sotib olishi ham muzey reklamasiga xizmat qiladi. Bundan tashqari, bunday ishlab chiqarilgan yangicha axborot tizimlari “tezlikda” muzey kolleksiyalari bo‘yicha CD disklarni ko‘paytirish hamda muzey to‘g‘risidagi ma’lumotlarni internet saytlarida joylashtirish imkoniyatini kengaytiradi". O‘zbekistondagi yirik muzey, muzey-qo‘riqxonalari qatorida Qo‘qon shahar o‘lkashunoslik muzeyi va uning shu’balari bo‘yicha ham ana shunday ishlarni amalga oshirish zarur. Multimedia maxsulotlarini yaratish va undan muzey tajribasida foydalanilishi, namoyshp etiladigan loyihalar negizida tomoshabinlar uchun qiziqarli va foydali bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasi madaniyat va sport ishlari vazirligiga qarashli Qashqadaryo viloyati Shaxrisabz shaxar Amir Temur nomli moddiy madaniyat tarixi muzeyi ma’muriyati va fond xonalari hamda ekspozitsiyasi ham YuNESKOning “Jahon merosi” ruyxatiga kiritilgan XVI asrda qurilgan, hozirda muzeylashtirilgan tarixiy madaniy meros ob’ekti hisoblangan Chubin madrasasi majmuida faoliyat ko‘rsatmoqda. Muzeyning Amir Temur va temuriylar davri madaniyati tarixi bo‘limida turistlar uchun eng qiziqarli ekskursiya dasturlari tayyorlangan. Mazkur bo‘lim ilmiy xodimlari sohibkiron Amir Temurning boy moddiy va madaniy merosini tadqiq etish ustida ilmiy tashkilotlar bilan aloqa bog‘lagan xolda “Qashqadaryo me’morchilik maktabi xususiyatlari (tarixiy yodgorliklarni ta’mirlash tarixi va muammolari)” mavzusi bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Muzey ma’muriyatining tashabbusi bilan Amir Temur davri madaniy merosini o‘rganish maqsadida ushbu bo‘limga tegishli fondda saqlanayotgan 10535 dona eksponatlarni taxdil qilish uchun Fransiyaning Bordo universiteta ilmiy jamoasi bilan ilmiy-amaliy loyixalar yo‘lga kuyildi. Ushbu loyixalar negizida temuriylar davrida yaratilgan moddiy madaniyat namunalari mozaika va mayolikalarning tayyorlanishi va ularning texnologiyasi bo‘yicha tadqiqotlar olib borilmokda. 2010-yildan esa Oqsaroy yodgorlikining favvoralaridagi mozayika va mayolikalarini konservatsiya qilish, Temuriylar davri madaniyati va tarixiy yodgorliklari bo‘yicha virtual muzey yaratish uchun Fransiya

FOR AUTHOR USE ONLY

bilan uch yillik shartnoma imzolandi va O‘zbekiston Respublikasida ilk bora madaniy yodgorliklarni saqlash va virtual muzeylar yaratish uchun katta miqdorda investesiya kiritildi. Virtual muzey yaratishda quyidagi yo‘nalishlar tanlab olindi:

1. Shaxrisabzdagi shaxarsozlik madaniyatining paydo bo‘lishi. O‘rta asrlarda Shaxrisabz shaxrining me’moriy obidalari, ularni bezash: koshinkorlik, mozaika, mayolika, kalligrafiya.
2. Shaxrisabzning XIV — XVI asrdagi tarixiy obidalari (Madrasa, maqbara, savdo inshoatlari).

Ushbu loyixani amalga oshirish doirasida hududdagi yodgorliklarni muzeylashtirish va konservatsiya ishlari tashkil etildi. Xavo iqlimining ushbu joydagi tarixiy yodgorliklarga ta’sirini o‘rganish, koshin va koshinburish (mozaika va mayolika) parchalarini ilmiy o‘rganib chiqqan xolda yangi elementlar ishlab chiqish, original sopol jismlarni o‘z xolicha saqlab qolish, koshinli sopol materiallarini konservatsiyasini qulay shart sharoitlar asosida kayta tiklash muammolari tadqiq etila boshlandi.

O‘zbek madaniy merosini rivojlapishi. Temuriylar davri madaniy merosini yanada yuksaltirish maqsadida loyixa ishlari aks etgai Web-sayt yaratish, ikki davlat mutaxassislari hamkorligida amalga oshirilgan restavratsiya va konservatsiya metodlarini audiovizual ko‘rgazmasini joriy qilish ishlari amalga oshirila boshlandi. Muzeylar uchun veb-kataloglarni yaratish boshqa muzeylar bilan maqsadli hamkorlik qilish imkoniyatini beradi. Bu borada muzeylar birgalikda turli qiziqarli kolleksiyalarni birlashtirgan holda veb-saytlar va milliy kataloglarni shakllantirishi samarali natijalarga olib keladi.

Hozirgi kunda mavjud veb-saytlar orqali turli muzeylarga oid barcha qiziqishlar, veb-tizimlardagi foydali axborotlar, shuningdek yangi elektron kataloglashtirish va tasvirlarni raqamli formatda joylashtirish kabi usullarni o‘rganish mumkin.

Muzeyda xalqaro tashkilotlar (O‘zbekistonning Fransiyadagi elchixonasi, YuNESKO, Fransiyaning Bordo-3 Universiteti, Fransiyaning kulollar assotsiatsiyasi, UzFA Arxeologiya instituta, Davlat va jamiyat qurilishi Akademiyasi xuzuridagi O‘zbekistonning yangi tarixi markazi kabi tashkilotlar bilan birgalikda) Amir Temur

FOR AUTHOR USE ONLY

davri madaniyati WWW.shahtimcult.org. deb nomlanuvchi yangi sayt yaratgan bo‘lib, bu bevosita muzey tanishish imkoniyatini yanada kengaytirmoqda. Shuningdek muzeyni targ‘ib etuvchi broshyuralar, otkritkalar va bukletlar nashr etilib bir qancha turistik tashkilotlar bilan hamkorlik aloqalari mustahkamlandi. Eksponatlarning ramzi tushirilgan reklama vositalari markaziy ko‘chalarda o‘rnatilgan bo‘lib, bu yordamchi vositalar bevosita muzeyga tomoshabinlar tashrifini kengaytirishda xizmat qilmoqda. Shaxrisabz tarixiy yodgorliklari haqida ma’lumotlar beruvchi ilmiy ommabop xujjatli filmlarning elektron disklari ham sayyoxlar uchun rus va ingliz tillarida tayyorlandi. 2011-yili esa AQSh Vashington shahridagi Smitson instituti mutaxasisi Xanna Shchepanovska Shahrisabzga tashrif buyurib muzey fondida saqlanayotgan arxeologax va etnografik eksponatlar bilan to‘liq tanishib ularni saqlash, ta’mirlash hamda konservatsiya qilish muammolariga oid ilmiy maslahatlarini berdi. Bu borada ta’kidlab o‘tish joizki, muzey- qo‘riqxonalar ishini tashkillashtirishda muzey ishchilari oddiy va xatto zerikarli deb bilgan ko‘p narsalar keng omma va sayyoxlar uchun juda qiziqarli bo‘lishi mumkin. Restavratsiya ustaxonalarida va bevosita muzey zallarida olib boriladigan konservatsiya ishlari bo‘yicha ochiq namoyishlar turistlarda katta qiziqish uyg‘otadi. Mavjud muzeyning qanday tashkil etilgani haqida so‘zlovchi fotoko‘rgazmalar ham ommabop sanaladi. Bunday ko‘rgazmalar tomoshabinlarda eksponatlarni qo‘shimcha faktlar bilan yoritishda ma’lum bosqichlarni qo‘llab-quvvatlash zarurati kabi xolatlarda tomoshabinlarga nisbatan to‘g‘ri munosabatning shaqllanishiga yordam beradi.

FOR AUTHOR USE ONLY

2011-yilda ekspozitsiyalarni ilmiy loyihalash (konsepsiya, mavzuiy, va mavzuiy ekspozitsiya rejalarni ishlab chiqish)da quyidagi ishlar amalga oshirildi;

1. Insoniyatning evolyutsion taraqqiyot bosqichlari.
2. "Avesto"ga tengdosh Shahrisabz.
3. O‘rta asrlarda Kesh shaharning me’morchiligi va tarixiy madaniyati (VII–VIII asrlardan XIV asrgacha).
4. Shahrisabz – yashil shahar.
5. Shahrisabz etnografiyasi va an’anaviy hunarmandchiligi.

6. Me’moriy yodgorliklar – tarixiy-madaniy faxrimiz.
7. Mustaqillik ekspozitsiyasi (Shahrisabz: kecha, bugun va ertaga).

Muzeyga tashrif buyuruvchi tomoshabinlarning yoshidan qat’i nazar, ularning hammasi ham ekspozitsiyani, uning ifodalayotgan tarixiy jarayonni va eksponatlarning o‘z davrida tutgan ahamiyati haqida to‘liq tasavvurga ega bo‘la olmasligi mumkin.

Tomoshabinlar ko‘proq o‘zlari uchun qiziqarli narsalarni namoyish etadigan, qanoatlantiradigan va pul behuda sarflanmaydigan muzeylarga tashrif buyuradi. Shuning uchun ham muzey xodimlari tomonidan birinchi navbatda tomoshabinlarni muzeyga jalb qilishda yangi metodlarni amalga oshirilishi samarali natija berishi mumkin. Masalan, vaqti-vaqti bilan tashkillashtirilib turiladigan ko‘rgazmalar ham muzeyda sayyohlar qiziqishini orttirishda muhim omil bo‘la oladi. Etnografiya va xalq amaliy san’ati bo‘limi ilmiy xodimlari Shaxrisabzda faoliyat ko‘rsatayotgan hunarmandchilik uyushmasi bilan hamkorlikda muzey xovlisida “Qo‘li guldir Kesh ayolining” mavzusida ko‘rgazma tashkil etdi. Ko‘rgazmada tadbirkorlik bilan shug‘ullanayotgan ayollarning hunarmandchilik maxsulotlari hamda qadimiy so‘zanalar namoyish etildi. Ayniqsa iroqi uslubda tikilgan do‘ppilar, bel qarslar, turli shakldagi amaliy san’at buyumlari ko‘rgazmaga tashrif buyurgan mahalliy va xorijiy sayyohlarda katta qiziqish uyg‘otmoqda. Bunday ko‘rgazmalar qadimiy va zamonaviy amaliy san’at namunalarini o‘zaro solishtirish va taxlil qilish imkoniyatlarini ham yaratmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylar o‘z binolarini turli turistik axborot markazlarga ijaraga berish maqsadga muvofiq deb topish mumikn. Bu turistlar uchun ko‘ngilochar dasturlar yaratish imkoniyatini kengaytirib, yana ham ko‘prox tomoshabinlarni jalb qiladi. Muzeylar o‘z mehmonlari safini kengaytarishda boshqa madaniy xodisalar haqidagi ma’lumotga ega bo‘lishi foydali. Bu sodada muzeylarning o‘zaro samarali hamkorlikni yo‘lga qo‘yishi zarur. Darhaqiqat, maxsulot va tovarlar importi va eksporti iqtisodiyotning asosiy omilidir. Bu borada O‘zbekistondagi muzey-qo‘riqxonalar ham anchagina tajribaga ega. O‘zbekistonga tashrif buyuradigan sayyohlar asosan amaliy san’at mahsulotlariga xaridor bo‘ladilar. Buning uchun davlatimizda import va eksportni rivojlantirish

to‘g‘risida ko‘pgina imtiyozli qonun va qarorlar qabul qilingan. Muzey-qo‘riqxonalarda an’anaviy hunarmandchilik yarmarkalarini o‘tkazib turish katta ahamiyat kasb etadi. Unda amaliy san’at ustalari o‘z maxsulotlarini sotishlari va tayyorlanish texnologiyasini namoyish etish imkoniyatiga ega. 1985 yildan boshlab O‘zbekiston turistik markazlarida bu ko‘rinishdagi “badiiy bozor” lar paydo bo‘la boshladi. Bu ko‘rinishdagi maxsulotlar ancha talabgor bo‘lib, hunarmandlar ishini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashda samarali natijalar bera boshladi. Ungacha an’anaviy hunarmaidchilik maxsulotlarini asosan muzeylar, Badiiy ko‘rgazmalar va panoramalar direksiyasi sotib olardi. Mustaqillik yillarida bu soxa bir muncha takomillashib, milliy amaliy san’at namunalari asosida hunarmaidchilik buyumlari ishlab chiqarish ishlari yaxshi yo‘lga qo‘yila boshlandi. Bundan tashqari, muzeylardagi amaliy san’atdagi tadbirkorlik ham quyidagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari orqali amalga oshirilib kelmoqda:

- amaliy san’at asarlarini ta’mirlash va restavratsiya qilish ustaxonalari;
- dizayn va reklama agentliklari;
- art salon va magazinlar;
- amaliy san’at dasturlari bo‘yicha maxsus o‘quv kurslari.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mahalliy milliy xunarmandchilik maxsulotlari savdosi bugungi kunda “art-bozor” nomini oldi. Bu art-bozorlarning asosiy xaridorlari ya’ni 90% xorijiy sayyoxlar bo‘lib, qolgan 10% maxalliy aholi hisobiga to‘g‘ri keladi”. Muzey-qo‘riqxonalarda an’anaviy hunarmandchilik yarmarkalarini o‘tkazib turish katta ahamiyat kasb etadi. Unda amaliy san’at ustalari o‘z maxsulotlarini sotishlari va tayyorlanish texnologiyasini namoyish etish imkoniyatiga ega.

Eksponat o‘zi qimmatbaho bo‘lmasligi, lekin uning tarixi bebaho xisoblanishi mumkin. Bunday eksponatning ko‘rgazmaga qo‘yilishi, u haqda mutaxassislarning to‘liq ma’lumot olishi va ko‘rgazmaning saviyasini oshirishda muhim ahamiyat kasb etishi mumkin. Betakror ko‘rgazma muhiti inson kayfiyatiga katta ta’sir o‘tkazib, uning ichki dunyosini boyitadi. Ba’zida tomoshabin ko‘rgan narsasini so‘z bilan ifoda eta olmasdan, uni ruhan his etib, o‘z dunyoqarashida intellektual o‘sish sezadi. Demak, har qanday zamonaviy ekspozitsiya tomoshabinga badiiy tetiklik va estetik zavq bera

olishi shart. Muzey ko‘rgazmasi vizual kommunikatsiyaning bir turi hisoblanadi. Kommu- nikatsiyanipg maqsadi esa muzey eksponatlari va san’at asarlari zamirida grafik yoki yozma axborot vositalari yordamida muzey devoriy matnlari, etiketlari orqali tomoshabinlarga axborot berish orqali amalga oshiriladi. Muzey va tarixiy yodgorliklarga tashrif buyurgan tomoshabin muzey ekspozitsiyasi bilan faol o‘zaro aloqaga intiladi va u muzey xodimlariga savol berish imkoniyatiga ega bo‘lishni xoxlaydi.

Xalqaro muzey turizmini rivojlantirish uchun xorijiy sayyohlik xizmatlarini taqdim etuvchi tashkilotlarga muzey faoliyatiga ixtisoslashgan mutaxassislar tayyorlash va ularning malakasini oshirish maqsadida Milliy rassomlik va dizayn instituti tarkibidagi “Muzeyshunoslik” kafedrasi bazasida maxsus ta’lim, qayta tayyorlash va o‘quv kurslarini tashkil etish zarur edi. Shu bois, 2009 yildan boshlab “Muzeyshunoslik’’ kafedrasi bazasida “Muzey va turizm” fani namunaviy va ishchi dasturlari ishlab chiqilib, o‘quv jarayoniga tadbiq etila boshlandi. Ushbu dasturda turistik yodgorliklar bilan ishlash, ularning konservatsiya va restavratsiyasini ta’minlash, muzey menejmenti va marketingi kabi masalalar kiritilgan bo‘lib, muzeyshunos talabalarga turizm sohasida faoliyat yuritishning umumiy asoslarini ham o‘rgatadi. Xalqaro muzey turizmi sohasini rivojlantirishda xorijiy sayyoxlik xizmatlari ko‘rsatadigan tashkilotlarga muzeylar faoliyati bilan alohida shug‘ullanadigan mutaxassislar tayyorlash, malakasini oshirish uchun milliy rassomlik va dizayn instituti “Muzeyshunoslik” kafedrasi bazasida o‘qitish, qayta tayyorlash, kurslarini tashkil etish lozim edi. Shu bois, 2009 yildan boshlab “Muzeyshunoslik” kafedrasi bazasida “Muzey va turizm” fani namunaviy va ishchi dasturlari ishlab chiqilib, o‘quv jarayoniga tadbiq etila boshlandi. Ushbu dasturda turistik yodgorliklar bilan ishlash, ularning konservatsiya va restavratsiyasini ta’minlash, muzey menejmenti va marketingi kabi masalalar kiritilgan bo‘lib, muzeyshunos talabalarga turizm sohasida faoliyat yuritishning umumiy asoslarini ham o‘rgatadi.

Statistikaga binoan, norozi tomoshabinlarning faqatgina 4% i muzey xodimlariga murojat qiladi. 96% i esa boshqalarga so‘zlab beradi. Ekspozitsiyadan ko‘ngli to‘lgan tomoshabin odatda muzey xaqidagi yaxshi taasurotlarini 4-5 ta tanishlari bilan

FOR AUTHOR USE ONLY

o‘rtoqlashadi, norozilar esa 10 tadan ham ko‘proq tanishi bilan bo‘lishadi. Tomoshabin va xorijiy turistlarning xar bir shikoyatlari yoki ular ko‘rgan muammo yangi imkoniyatlarni qanoatlantirish va ularni muzeyning doimiy mehmoniga aylantirish muammoning yechimi sanaladi. Ko‘rgazmaga qo‘yilgan eksponatlar inson ongiga, ruhiyatiga turlicha ta’sir o‘tkazishi mumkin. Shu bois ekspozitsiyaga qo‘yilajak eksponatlar psixologik tomondan o‘rganilgai, kommunikatsiya nazariyasi bilan uzviy bog‘liq tarzda namoyish etilishi maqsadga muvofiqdir. Muzey eksponatlari tarixning tirik guvoxlaridir. Bu maqsadda muzey mutaxassislari ularni ommaga tadbiq etish muammosini aniq yo‘lga qo‘ya olishlari lozim. Turizm — turli xil faoliyat va xizmatlarning murakkab majmui. Ular hududiy va global darajadagi son-sanoqsiz o‘zaro aloqalar bilan uyg‘unlashib ketadi. Bu aloqalar boshqa ko‘plab iqtisodiy va ijtimoiy soxalar bilan birgalikda muzeyshunoslik sohasini ham qamrab olmoqda. Turizm sohasidagi xalqaro loyixalarni amalga oshirishda muayyan natijalarga erishish uchun turizm deb ataluvchi global tizimning o‘ziga xos murakkabliklari va xususiyatlarini chuqur tushunib olish zarur bo‘ladi.

Turizm sohasini rivojlantirish ko‘plab omillarga bog‘liq. Masalan, makroiqtisodiy muhit, siyosiy muhit, ijtimoiy madaniy muhit, texnologik muhit, ekologik muhit. Shularning hammasini parallel ravishda rivojlantirishga va turizmning gullab yashnashiga sharoit yaratippa intilish lozim. Salbiy omillar va ta’sir kuchlarini albatta o‘z vaqtida bartaraf qilish maqsadga muvofiqdir. Butun dunyoda turizm ancha foyda keltiradi va iqtisodiyotning rivojlanishiga ko‘maqlashadi. Bu esa xozirigi kunda O‘zbekiston uchun ham muhim omildir.

Turizm bozori domiy rivojlantirish va nazorat qilish asosida boshqarishga muxtoj bo‘lib, bunda ilmiy va odilona rejalashtirish prinsiplaridan foydalanish zarur. Shundagina turizm davlatga katta foyda keltirishi, shuningdek, ekologik shart-sharoit va jamiyatdagi ijtimoiy madaniy jarayonlarga yaxlit ta’sir ko‘rsatishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risidagi qonuni turizmni rivojlantirish bo‘yicha milliy, mintaqaviy, maxalliy dasturlar ishlab chiqish, ushbu yuqori rentabelli iqtisodiyot tarmog‘ining oyoqqa turishi uchun me’yoriy xuquqiy baza yaratish asosida turizm sohasida davlat siyosatini amalga oshirishni nazarda tutadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Turizm — muzeylar rivojidagi asosiy konseptual g‘oya tomoshabinlar qiziqishi va talablari asosida tuzilishi ham maqsadga muvofid bo‘lib, yosh avlod tarbiyasi va bilim olishida faol ta’sirchan ob’ektlar vazifasini o‘taydi. Xalqaro doiradagi muzeylar zamonaviy badiiy jarayondagi imkoniyatlarni o‘rgangan xolda turizm muzeylari quyidagi imkoniyatlarga ega bo‘lishi foydadan xoli bo‘lmaydi:

Shaxar, ayniqsa, poytaxt muzeylari zamonaviy binolarga ega bo‘lishi;

Tarixiy shaxar va muzey qo‘riqxonalarda me’moriy yodgorliklardan muzey binosi sifatida foydalanish;

Markaziy muzeylarda yirik aksiyalar va turli ilmiy, amaliy tadbirlar o‘tkazish uchun minglab auditoriyani hisobga olgan xolda qo‘shimcha hududga ega bo‘lishi;

Turizmni rivojlantirishda muzeylarda turli millat vakillari va yosh guruxlarini hisobga olgan xolda xalqaro milliy multimadaniyat jarayonini tashkil etishi lozim va muzeylar emigrant sayyoxlarda yangi shaharga moslashish ko‘nikmasini shakllantirishi;

Muzey ekspozitsiyalarida, ko‘rgazma zallarida va serviz xizmatida eng yangi muzey texnologiyalari va zamonaviy kommunikatsiya vositalaridan foydalanish hamda tashrif buyuruvchilar xavfsizligini ta’minlash.

FOR AUTHOR USE ONLY

Madaniyatlararo xususiyatlarni anglash va davlatlararo aloqalarni o‘rnatish turizm sohasi tufayli shakllanadi. Turizm xalqaro hamfikrlikni mustaxkamlash va xalqlar o‘rtasida hamkorlikni ko‘chaytirishda keng ufqlar ochadi.

Darhaqiqat O‘zbekiton uchun turizm sohasini rivojlantirish ustuvor masalalardan biri hisoblanadi. Chunki turizm bugungi kunda jahon iqtisodiyotining daromad keltiradigan va davlag xazinasiga salmoqli valyuta tushumini ta’minlaydigan asosiy tarmoqlardan biri hisoblanadi. Shuningdek, turizm sohasi milliy iqtisodiyot tarmoqlarining, hamda iqtisodiy faoliyatning xar xil turlari bajaradigan industriya sifatida kishilarning shaxsiy extiyojlarini qondiruvchi sayyoxlik maxsulotini ishlab chiqaruvchi va xizmat ko‘rsatuvchi maxsus majmuadir.

Turizm sohasini muzeylarda takomillashtirish uchun faqatgina innovatsion texnologiyalar zarur bo‘lmaydi. Bozor iqdisodiyoti sharoitida turizmni rivojlantirish

uchun muzey ishi sohasi xodimlaridan iqtisodiyot, marketing, menejment, etika, psixologiya va boshqa soxalardagi bilimlarni chuqur egallash talab qilinadi.

Shu bilan bir vaqtda muzeylarda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi muxim bo‘lgan ishlar quyidagilardan iborat deb hisoblaymiz:

- maxalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O‘zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan tanishtirishga harakat qilish;
- turizm va muzey sohasida ishlaydigan mutaxassislarni chet ellarda bir yilda kamida bir marta malaka oshirishga yuborish, o‘qitish, ular uchun barcha imkoniyatlarni yaratib, muzeylarda turistlarga sifatli xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yish;
- respublika muzeylarini Yevropa mamlakatlarida o‘tkaziladigan turistik yarmarkalarda doimiy ravishda ishtirok etishini ta’minlash;
- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashishni yaxshilash, birgalikda faoliyat yurita oladigan sayyoxlik sohasi yaxshi yo‘lga qo‘yilgan muzeylar faoliyatini keng yo‘lga qo‘yish;
- ichki turistik bozorda muzeylararo o‘zaro raqobatni yanada ko‘chaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muxim ahamiyatga egadir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Turizm borasida sayyoxlarga xizmat ko‘rsatish bu soxada ishlovchilar bilimini doimiy oshirib borishni talab qiladi. Agar ishlovchilarning bilim va malakasi zamoy talablari darajasida yangilanib, oshirib borilmasa, xizmat sifati pasayib, turistlar oqimi to‘xtaydi va bu rivojlanishga salbiy ta’sir etadi.

Tadqiqotlarimiz ko‘rsatishicha butun dunyo bo‘yicha qisqa muddatda va uzoq muddatlar oraligida kutilayotgan iqtisodiy o‘sish o‘z navbatida turizmning rivojlanishita tayanch vazifasini o‘taydi. Shuning uchun ham biz mamlakatimizda turizmni uzoq muddat rivojlanishini ta’minlovchi global tendensiyaga amal qilishimiz lozim. O‘zbekiston Respublikasidagi turistik faoliyatning asosiy maqsadi muzeylashtirilgan yodgorliklarda turizm infrastrukturasini yanada rivojlantirish uchun tashkiliy-huquqiy va iqtisodiy muhit yaratish, respublikamiz tabiiy va tarixiy-madaniy saloxiyatidan samarali foydalanish asosida raqobatbardosh turistik xizmatlar bozorini

shakllantirish, uning ijtimoiy-iqtisodiy manfaatlari va ekologik xavfsizligini ta'minlashdir.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Amir Temur davri madaniyatini yoritib beruvchi WWW.shahtimcult.org. sayti haqida ma'lumot bering?
2. Buxoro davlat me'moriy-badiiy muzey-qo'riqxonasi faoliyati haqida ma'lumot bering?
3. 2011 yilda ekspozitsiyalarni ilmiy loyihalash (konsepsiya, mavzuiy, va mavzuiy ekspozitsiya rejalarni ishlab chiqish)da qanday ishlar amalga oshirildi?
4. O'zbekiston Respublikasidagi turistik faoliyatni rivojlantirishda muzeylarning ahamiyati qanday?

FOR AUTHOR USE ONLY

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro'yxati:

1. Marstine, J. New Museum Theory and Practice: An Introduction. Blackwell Publishing. 2006.
2. Hooper-Greenhill, E. Museums and the Interpretation of Visual Culture. Routledge. 2000
3. Kreps, C. Non-Violence and Cultural Policy: The Museum as a Cultural Mediator. Museum Management and Curatorship. 2008
4. Harrison, R. Heritage: Critical Approaches. Routledge. 2013

12-MAVZU: MUZEYLARNING PABLIK RELAYSHNZ TIZIMI, MENEJMENT VA MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH MASALALARI.

Reja:

12.1 Muzeylarning pablik relayshnz tizimi.

12.2 Muzeylarda menejment rivojlantirish masalalari.

12.3 Muzeylarda marketingni rivojlantirish.

Tayanch so‘z va iboralar: *pablik relayshnz, maxsulot, servis, nazorat, boshqaruv, funksiya, firma, Klassik, bozor iqtisodiyoti, ishchan, an’anaviy, marketing, menejment, siyosat, taxliliy, rejali, strategik.*

12.1 Muzeylarning pablik relayshnz tizimi.

Jaxonda yuz berayotgan tub ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlar sharoitlarida muzeylarning yangi sharoitlarga moslashuvi muammosi o‘ta dolzarblik kasb etmoqda. Ma’lumki, yaqin vaqtlargacha muzeylar o‘z faoliyatlarini maqbullashtirishga, moliyaviy axvolini yaxshilashga yetarlicha e’tibor qaratishmagan, chunki muzeylar xamisha ularni ta’sis qilgan tashkilotlarning qaramog‘ida bo‘lgan, ularning faoliyati asosan byudjet mablaglari hisobidan ta’minlangan, tomoshabinlardan tushumlar muzeylarning xarajatlar tizimida yetarli axamiyatga ega bo‘lmagan. Ammo bugungi kunda byudjetdan ajratmalarning cheklanganligi sharoitlarida to‘la moliyaviy inqirozga uchramaslik, eksponatlarni lozim darajada asrash, xodimlarga munosib xaq to‘lash, muzeylarning keng omma uchun jozibadorligini oshirish, ularning yoshlar dunyoqarashiga ta’sirini kuchaytirish uchun marketing usullaridan keng foydalanish, homiylik, metsenatlik xarakatini rivojlantirish va jamoatchilik bilan aloqalarni mustaxkamlash dolzarb axamiyat kasb etmoqda.

Ko‘rsatilgan muammoning dolzarbligi quyidagi omillar bilan belgilanadi:

- Zamonaviy bozor sharoitida yangi ijtimoiy-madaniy rolga ega bo‘lgan muzeyning ob’ektiv ehtiyojlari;

FOR AUTHOR USE ONLY

- An’anaviy muzey boshqaruv shakllarini mustahkamlashga qaratilgan muzey marketingining xususiyatlarini yetarli darajada o‘rganilmaganligi;
- Muzey xizmatlarini rivojlantirish va iste’molchi madaniyatining o‘sishiga ta’sir qiluvchi ichki va tashqi muhitning o‘zaro murakkab bog‘liqlik tuzilmasi;
- Muzey foydalanuvchisining idrok qilish xususiyatlarini hisobga olgan holda muzeyning ichki resurslarini baholashning etarli darajada ishlab chiqilmaganligi.

Shunday qilib, muzey marketinga xususiyatlarini muxokama qilish bugungi kunga kelib, nafaqat nazariy, balki amaliy nuqtai nazardan nixoyatda dolzarb hisoblanadi.

Marketing rivojlangan mamlakatlarning amaliy (ishchan) xayotiga mustaxkam kirib bordi. So‘nggi yillarda bozor iqtisodiyotiga o‘tish jarayonida ko‘plab tashkilotlar marketing va uning mahalliy sharoitda qo‘llanilishi usullariga tez-tez murojaat qilishni boshladi.

Madaniyat sohasida marketing boshqaruvi g‘oyasini amalga oshirish uchun klassik marketing tamoyillari madaniy muassasaning boshqaruv va ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyati xususiyatlari bilan uyg‘unlashtirildi. Klassik marketingning funksional vazifalariga asoslangan holda muzey faoliyatini boshqarish yondashuvi ushbu bosqichda mayjud bo‘lgan ma’muriy va tashkiliy-iqtisodiy muammolarni hal qilish imkoniyatini taqdim etadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Hozirga kelib, ikki mingdan ortik marketing ta’rifi ma’lum bo‘lib, ularda uning moxiyatining umumiy tavsifi keltiriladi. Mazkur soxadagi turli mutaxassislar taklif etayotgan marketingni ta’riflashning asosiy moxiyatini taxlil qilishda ularning bir xilligi va adekvatligi kuzatiladi.

«Marketing» tushunchasining keng va tor, qisqa va to‘liq ta’rifi mavjud.

Marketing quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

Minimal resurslar bilan yuqori samara va ehtiyojlarni qondirishga yo‘naltirilgan tashkilot boshqaruvi tamoyillari;

Yetishmovchilikni – ya’ni ma’lum bir narsaga bo‘lgan talabni qondirish mexanizmi;

Bozor ehtiyojlariga qaratilgan, ijodiy, tizimli va ko‘pincha integratsiyalashgan

boshqaruv usuli ifodasi;

Faoliyatning alohida turi;

Tashkilot boshqaruvining asosiy funktsiyasi;

Kompaniya faoliyatining nazariy asosi;

Mustaqil ilmiy fan;

Ta'lim yo'nalishi;

Ishlab chiqaruvchi-sotuvchining bozor talabi va xaridor ehtiyojlariga moslashuvi;

Mahsulotni kerakli joyda, kerakli vaqtda va maqbul narxda mavjudligini ta'minlashga qaratilgan amaliy tadbirlar majmuasi.

Marketingning funksional jihatlari:

Marketing faoliyati mazmuni uning funktsiyalari orqali namoyon bo'ladi. Ular odatda to'rtta asosiy blokga ajratiladi:

FOR AUTHOR USE ONLY

1. Tahliliy (tadqiqot) funktsiyalari:

Bozor holatini (mamlakat, mintaqa, soha bo'yicha) kompleks o'rganish;

Iste'molchi (xaridor) xatti-harakatlari va ehtiyojlarini tahlil qilish;

Raqobatchilar va raqobat muhitini o'rganish;

Ta'minotchilar va hamkorlarni baholash;

Taqsimot kanallari va vositachilarni o'rganish;

Mahsulot xususiyatlari va talab o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilish;

Tashkilotning ichki imkoniyatlarini baholash.

2. Ishlab chiqarish funktsiyalari:

Yangi mahsulotlarni ishlab chiqish jarayonida ishtirok etish;

Ishlab chiqarish jarayonini bozor talabiga moslashtirish;

Moddiy-texnika ta'minoti tizimini optimallashtirish;

Yangi mahsulot sifatini va uning raqobatbardoshligini nazorat qilish.

3. Sotish (taqsimot va rag'batlantirish) funktsiyalari:

Mahsulotning taqsimot (sotish) tizimini tashkil etish;

Xizmat ko‘rsatish va mijozlarga qo‘llab-quvvatlashni yo‘lga qo‘yish;

Talabni shakllantirish va rag‘batlantirish, shu jumladan sotuvni oshirish choralari.

- ✓ maxsulot siyosatini yurgizish;
- ✓ baxolash siyosatini yurgizish.

1) Boshqaruv va nazorat:

- ✓ marketing xizmatini tashkil etish;
- ✓ marketingpi informatsiey ta’minlash;
- ✓ korxonaning bozorga yo‘naltirilgan tezkor strategii reja- lashtirishni tashkil etish;
- ✓ marketing xizmatining Boshqaruv aloqalarini tashkil etish;
- ✓ marketing soxasidagi nazoratni tashkil etish.

Yuqorida sanab o‘tilgan funksional vazifalar quyidagi guruxdarga:

- taxliliy-baxolovchi;
- rejali-strategik;
- ijro etuvchilar bulinib, marketing xizmatlari tomonidan to‘liq bajariladi yoki kooperatsiyada boshqa xizmatlar bilan amalga oshiriladi. Marketingning barcha funksiyalarini samarali bajarish xech qanday korxonaning qo‘lidan kelmaydi, shuning uchun bu borada boshqa maxsus firmalarga murojaat etiladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Marketing tamoyillari qisman uning tavsifida mavjud:

- extiyojlarni o‘rganish asosida konkret iste’molchining real extiyojlarini qondirish uchuy maxsulot ishlab chiqarish;
- korxonaning barcha tarkibiy buginlarini, iste’molchiga nima kerakligiga qarab, xammani oxirgi natijaga yo‘naltirishga olib keladigan bir tizimga birlashtirish;

- Zamonaviy ishlab chiqarishni tashkil etish orqali korxonaning uzoq muddatli samaradorligini ta’minlash;
- Ishlab chiqaruvchining o‘zgaruvchan tashqi muhit shartlariga faol moslashuvchanligi;
- Talabni shakllantirish va unga faol ta’sir o‘tkazish;

- Operativ va strategik qararlar hamda boshqaruvning uzviyligi orqali korxonaning barqaror rentabelligini ta’minlash.

Marketing menejmentining ikkita asosiy tamoyili:

- **Maqsadga yo‘naltirilganlik:** Barcha faoliyat aniq belgilangan maqsadlarga qaratilishi.
- **Majmuaviylik:** Qabul qilinadigan qararlarning barcha omillari va oqibatlari hisobga olinishi hamda marketing vositalarining integratsiyalashgan majmuasi sifatida qo‘llanilishi.

Ko‘pgina muzey muassasalari o‘z faoliyatida marketing yondashuvini rivojlantirish zaruratini to‘liq anglashda qiyinchiliklarga duch keladi. Mutaxassis Uil Filips 1996-yilda "Ob’ektlarni auditoriya bilan bog‘lash" nomli maqolasida ta’kidlaganidek, “Tarixiy jihatdan muzey faoliyati asosi auditoriyaga emas, balki obyektlarni to‘plash va ularni tushuntirishga qaratilgan edi.

Natijada muzey strategiyasi mavxum doirada rivojlanardi: «Buni tuplagin va ular keladi». Lekin bugun Filips ta’kidlashicha, agarda muzeylar o‘ziga ko‘prok tashrif buyuruvchilarni jalb etishni istasa, auditoriya xoxishi va qadr-qiymati asosiy diqqat markazida bo‘lishi lozim. Muzeylarning yangi shiori «Ularni bilgin va ular keladi». Mazkur «to‘g‘ri» yondashuvni tadbiq etish ko‘rgazmani suv attraksioniga almashtirish degani emas. Lekin bu ko‘rgazmani juma kuni kechki payt o‘tkazish yoki seshanba kuni tushlikdan keyin uqiladigan ma’ruzalarni yaxshisi shanba tongida o‘tadigan interaktiv ustaxonaga almashtirish mumkinligi anglatadi. Auditoriyaning istak va talablarini anglash, ularga hurmat bilan munosabatda bo‘lish va ularga javob berish – bu muzeyda samarali marketing faoliyatining asosiy yo‘lidir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Filipsning fikricha, “auditoriya ham xuddi muzey xodimlari tomonidan alohida ehtiyotkorlik bilan qaraladigan muzey ob’ektlari kabi hurmat, e’tibor va ehtiromni talab qiladi”. Marketing yondashuvini rivojlantirish tomoshabinlarga ularning o‘z nuqtai nazaridan, ya’ni potentsial mijoz sifatida qarashni, shuningdek ularning tegishli ehtiyoj va orzulariga javob beradigan imkoniyat va dasturlarni taqdim etishni talab qiladi.

Ko‘p muzeylar “auditoriya” tushunchasini faqatgina “tashrif buyuruvchilar”ga tenglanggirib xato qiladi. Xaqidatda esa muzey xodimlari, xomiylar va kungillilar xdm auditoriya hisoblanadi. Ularni mijoz sifatida qabul qilish yanada adlli, farosatli bo‘lishga imkon beradi. Bu xam muzey faoliyatining ajralmas qismiga boskschma-bosqich aylanadigan marketing uchun zamin tayyorlab boradi.

Afsuski, ko‘pgina tashkilotlar uning komponentlaridan biri hisoblangan «promoushn» (opta siljish) bilan adashtirib, marketingni ikkinchi o‘rin maqomiga tushirib qo‘yishadi.

Ko‘rgazmalar, maxsus tadbirlar, ta’lim dasturlari va boshqa yangi xizmatlar ko‘pincha marketing tadqiqotlari o‘tkazilmasdan oldin rejalashtiriladi. "Mahsulot" bozor talablarini o‘rganmasdan tuziladi va rivojlantiriladi, shundan keyingina marketing mutaxassislariga uni "sotish" vazifasi topshiriladi. Bunday "noto‘g‘ri" yondashuv marketingning ahamiyatini pasaytiradi, uning samaradorligini cheklaydi va ko‘plab madaniy muassasalarda kuzatiladigan ushbu faoliyatni e’tiborsiz qoldirishga olib keladigan qo‘rquvni keltirib chiqaradi. Ushbu qo‘rquvdan xalos bo‘lish va marketing yondashuvini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun tashkilotning barcha bo‘limlari marketing jarayonida faol "vositachi" rolini o‘ynashi zarur..

FOR AUTHOR USE ONLY

Birinchidan, barcha haqiqatda marketing nima ekanligi va u missiyaga zarar yetkazmasligi, qo‘llab-quvvatlovchi ekanligini tushunishlari lozim.

Ikkinchidan, marketing muzeyning rejalashtirilishining ajralmas funksiyasi va qismi bo‘lishi kerak.

Uchinchidan, istalgan g‘oyalar erkin bayon etiladigan muhitni yaratish zarur. Va faqatgina shunda «noto‘g‘ri» usulii «yangi» usulga almashtirsa bo‘ladi.

Shu tarzda, muzey faoliyatiga muvofiq ravishda marketing bozor iqtisodi sharoitida muzeylarning umumiy maqsadlariga erishish uchun xizmat qiluvchi strategiya yondashuv sifatida belgilash mumkin.

Marketing — falsafasi, missiyasi va maqsadlarini qurbon qilmasdan muzey o‘rnini qayta anglash, uning ishi samaradorligini oshirish va tashkilot ehtiyojlariii qondirish usulidir.

Zamonaviy muzey marketing makro va mikrosegmentatsiya strategiyasiga asoslangan bo‘lishi kerak. Agar makrosegmentatsiya geografik, psixologik, demografik, xulq-atvor va biologik tamoyillar bo‘yicha potentsial muzey auditoriyasini guruhlarga ajratishni nazarda tutsa, mikrosegmentatsiya esa bu guruhlanishni subkultura – maktab, sport yoki shahar darajasida aniqroq belgilaydi.

Makro va mikrosegmentatsiya bosqichlaridagi dastlabki baholash – bu zamonaviy muzey marketingi usullarining muhim birinchi qadamidir. Chunki ushbu tahliliy bosqich talab va imkoniyatlarning dinamik o‘zgarishlarini, shuningdek muzeyga tashrif buyuruvchilarning ushbu o‘zgarishlarga nisbatan reaksiyalarini ular ro‘y berishidan oldinroq prognoz qilish, shuningdek ekspozitsiya yaratish jarayonida ularga moslashuvchanlikni dastlabki rejalashtirish bosqichlarida kiritish imkonini beradi.

Keyingi bosqich – potentsial bozor segmentlarida aniqlangan ehtiyojlarga asoslangan holda ekspozitsiya konsepsiyasi va dizaynini ishlab chiqish, so‘ngra uning turli variantlarini (masalan, prototiplar yoki qisman ko‘rgazmalar) sinovdan o‘tkazish uchun tanlangan tomoshabinlar guruhiga taqdim etishdir.

Shunday qilib, muzeyda zamonaviy marketing texnologiyalarining asosiy tamoyili – bu yirik marketing tilida aytganda “oldindan sotish” amaliyoti, ya’ni tomoshabinlarning fikr-mulohazalarini hisobga olgan holda yangi ekspozitsiya konsepsiyasini bozor talablariga bosqichma-bosqich moslashtirishdan iborat.

Baxolashning quyidagi davrlari — jamlovchi va tuzatma — ishga umumiy baxo berish maqsadida ekspozitsiya ochilishidan so‘ng tomoshabin o‘zgarishini kuzatish, o‘rganish va taxlil qilishni taxmin qiladi. Baxolashning bunday ekspozitsiyadan oldingi pallasida ekspozitsiyaning umumiy g‘oyasi, uning joylashuvi, eksplikatsiya, shovqin tashrif buyuruvchilar etika modeliga ta’siri, ularning zallarda orientatsiya imkoniyati, tanlayagan mashrutlar, tashrifning davomiyligi, namoyishning turli shakllarini afzal bilish, diqqat-e’tiborni jamlash, charchoq boshlanishi o‘rganiladi. Asosiylardan biri esa — kuzatish, suroqqa to‘tish, anketalashtirish, jiddiy suxbatlar, maqsadli guruxdarni testdan o‘tkazish.

Demak, tashrif buyuruvchilarga muzey eshiklarini ochganda va ular bilan «ostonada» tijorat munosabatlariga kirishganda muzey marketologlari mazkur

FOR AUTHOR USE ONLY

ostonadan xatlab, tashrif buyuruvchilar ortidan ekspozitsiyalar zaliga yo‘nalishi va ular bilan suxbat qurishi zarur. Chamasi, kommunikatsiya muammolarining dolzarblashganligi marketingning mustakil muzey faniga aylanishi vaqtiga to‘g‘ri kelishi tasodifiy emasdir.

Marketing faqat vositachilik vazifasidan chiqib, umumiy boshqaruv darajasiga ko‘tarilgan va muzey hayotining barcha jabhalariga kirib borganidan so‘ng, u haqda strategiya, fikrlash usuli yoki falsafa sifatida gapirish mumkin bo‘ldi. Muzey marketingining bu darajasi muzey faoliyati va uning barcha xizmatlarini tubdan qayta ko‘rib chiqishni o‘z ichiga oladi, natijada u bozor o‘zgarishlariga bo‘ysunishdan chiqadi. Bunday muzey keng jamoatchilik oldida yetakchi rol o‘ynaydi – mahalliy aholi, biznes vakillari, ommaviy axborot vositalari, homiylar, metsenatlar va xususiy fondlar bilan barqaror hamkorlik va sheriklik munosabatlarini yo‘lga qo‘yadi.

Bir talay muzey xodimlari marketingga aloqador savollarni muzeyning yuqori ilm va ma’rifiy ideallariga qarshi chiqish sifatida qabul qilishadi. Ko‘pincha, marketingni reklama faoliyati bilan taqqoslashadi, aslida bu noto‘g‘ri, xech bo‘lmaganda — yangi iqtisodiy tafakkurni tadbiq etishga qarshi chiqishadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Marketing nafaqat reklama, kirish chiptalari narxi yoki muzey xizmatlari assortimentiga, balki bularning barchasiga bevosita taalluqlidir, lekin u hech qachon faqat ushbu masalalar bilan cheklanib qolmaydi. Bundan tashqari, mazkur muammolarning har biri muzey faoliyatining barcha jabhalarini hisobga olmasdan, ya’ni uning mazmuniy asoslarini chetlab, mustaqil ravishda hal qilib bo‘lmaydi.

Marketing shaxsiy masala emas, balki muzey faoliyatining butun strategik yondashuvi bo‘lib, u barcha xodimlarning ongli ishtirokini talab qiladi. "Katta iqtisod" loyihasidagi kabi, muzey marketingida ham muzey rentabelligini oshirish bo‘yicha universal retseptlar mavjud emas.

Lekin bir qator tushunchalar va tasavvur mavjud bo‘lib, vaziyatni taxlil qilish, rivojlanishning mavjud varaiitlarini taqqoslash, ularni baxolash va strategik to‘g‘ri qarorlarii qabul qilishga yordam beradilar. Umumiy ko‘rinishda marketing bu ayirboshlash. Muzey nimadir beradi va evaziga nimadir oladi. Xar qanday bozor shuiday tuzilgan va muzey bozori bundan mustasno emas.

Ba’zan, muzey — ma’no va fikr-muloxazalar savdosi bilan shug‘ullanadigan korxona, degan gaplarni eshitib kolamiz. Darxaqiqat, xatgoki maxsulot yetarlicha moddiy tabiatga (ko‘rgazma, suvenir, kitob va x.k) eta bo‘lsa ham, tashrif buyuruvchilar (xaridor) uchun eng avval uning mazmuni baribir ramziy hisoblanadi. Tashrif buyuruvchilarning ma’lum toifasi uchun muzeyga tashrifi, ular u yerda nima ko‘rganliklaridan qat’iy nazar, ramziy xarakat hisoblanadi. Shuning uchun, muzeyda keng tarqalgan iste’mol mollari sotish yoki boshqa joylarda ham topilishi mumkin bo‘lgan xizmatlarni taklif qilish maqsadga muvofiq emas.

Aksincha, muzey o‘zining g‘ayrioddiy, qimmatli va faqat yuqori sifatli narsalarga ega bo‘lgan joy sifatidagi obro‘sini saqlash va mustahkamlash uchun har tomonlama harakat qilishi kerak.

Aniqrog‘i marketing tilida, muzey to‘g‘ri «imidj»ni sakdash xar qanday ugkinchi daromaddan muximrok vazifadir, chunki bunday imidj kelajakda bundan-da katta daromadlar keltirish garovi hisoblanadi. Muzeyda yaratilayotgan muhit ulkan ahamiyatga egadir. Tashrif buyuruvchiii kirishda kim kutab oladi, qanday, kaysi so‘zlar bilan, yuz ifodasi qanday, nozirlar uni kaysi nigox bilan kuzatishadi? Tashrif buyuruvchi o‘zini ardoqli mexmon yoki kutilmagan inson sifatida xis qiladi-mi? U muzey personalining xayrixoxdigini yoki beparvoligini (yoki adovatini) xis qiladi-mi? Muhit — muzey tomonidan taqdim etilayotgan juda muxim qismdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ayni shu muzey muhitining dizayni va sifati – ya’ni nafaqat ekspozitsiya zallari, balki barcha boshqa xonalar, binolar, tashqi hudud, reklama materiallari va bosma mahsulotlar ham, qisqasi muzeyga va uning faoliyatiga tegishli bo‘lgan har qanday narsa – muhim ahamiyatga ega. Teatr kabi, muzey ham garderobdan, kirish joyidan boshlanadi va ba’zi tomoshabinlar uchun u yerda ham tugaydi, chunki har bir kishini oddiy makonda joylashgan nodir asar yoki qadimiy buyumlarni baholash yetarlicha jalb qilmasligi mumkin.

Binobarin, ma’lum ma’noda muzey makonni sotadi, chunki muzey makoni obyektlarga mazmun va qadr-qimmat bag‘ishlovchi xususiyatga ega. Bundan tashqari, u quyidagilarni taklif etadi:

- **Ekspozitsiyalar va ko‘rgazmalar;**

- **Dasturlar** – masalan, ekskursiyalar tsikli, ma'ruzalar, to'garaklar, ustaxonalar va boshqalar;
- **Maxsus tadbirlar yoki voqealar;**
- **Xizmatlar** – "assortiment" majmuasi va infratuzilma imkoniyatlari asosida belgilanadigan qo'shimcha imkoniyatlar;
- **Mualliflik huquqlari** – kolleksiyaga kiruvchi obyektlarni qayta tiklash yoki reproduksiya qilish huquqi;
- **Suvenirlar** – yuqori sifatli va tasodifiy bo'lmagan, muzeyning brendi yoki (agar muzeyda saqlanayotgan asarning nusxasi bo'lsa) asl nusxadan olinganligini tasdiqlovchi sertifikat bilan ta'minlangan mahsulotlar;
- **Bosma va multimedia mahsulotlar** – bevosita muzey mavzusi yoki unga yaqin mavzulardagi kitoblar, kataloglar, bukletlar, shuningdek videofilmlar, slaydlar va zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanadigan boshqa nashrlar.

Marketing faoliyagi tuzilmasini tavsiflaganda, odatda to'rtga asosiy elementlarni uzi ichiga olgan sxemalarga rioya qilinadi:

1. mahsulot;
2. qiymati;
3. reklama
4. joylashuvi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ko'p hollarda ramziy hisoblangan muzey maxsuloti xaqida ham, sherik va iste'molchilarning asosiy toifalarini belgilash zaruriyati xaqida xam gapirilib o'tildi. Lekin, bundan tashqari, mazkur maxsulotni qanday sotish, uni qaerda va qanchadan sotish masalasini xam bilish lozim. Baxolash masalasi barcha marketing faoliyatining ayniqsa nozik va ahamiyatga ega hisoblanadi. Daromadni oshirish uchun turli, hatto ba'zan qarama-qarshi bo'lgan narx strategiyalaridan foydalanish mumkin. Kirish narxlarini keskin oshirish to'lashga qodir tomoshabinlarga nisbatan samarali bo'lishi mumkin, ammo cheklangan imkoniyatga ega bo'lganlarni chetlab qoldirishi mumkin.

Shuning uchun yuqori kirish narxlarini belgilashda muzeylar differensial yondashuvni qo‘llashi, ya’ni tomoshabinlarning ayrim toifalari uchun imtiyozlar, bepul kirish kunlari, shuningdek doimiy tashrif buyuruvchilar uchun qulay yillik abonementlar taklifini ko‘rib chiqishi kerak.

Taqdimot vositasining mahsulotning ajralmas (ba’zan eng muhim) qismi bo‘lgan muzeyda reklama muhim rol o‘ynaydi. U nafaqat tashrifning bevosita sababi sifatida (reklamani ko‘rib, muzeyga borish), balki tashrifdan keyingi davrda – taassurotlarni mustahkamlash va uyg‘unlashtirish vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Muzey reklamasining uzoq muddatli samarasi, ya’ni muzey imidjini shakllantirish qobiliyati, uning qisqa muddatli ta’siridan muhimroqdir.

Aslida, muzeyning har qanday mahsuloti – katalog ham, suvenir ham, muzey do‘konidan sotib olingan videofilm ham, hatto ular joylangan selofan paket ham – ushbu vazifani bajarishi mumkin. Demak, muzey marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun uning maqsadlari va auditoriyasini aniq belgilab, so‘ngra mahsulot, narx, reklama va joyning optimal muvozanatini topish zarur. Mazmunan marketing — bu raqobatchilik sharoitida talab va extiyoj kelishuviga yo‘naltirilgan boshqaruv faoliyatidir. Zamonaviy muzeylar tashqi ekspert va maslahatchilarni marketingga jalb qilishga, bu ularning boshqaruv stragegiyasini rivojlanishiga olib keldi. Keyin ular marketingni rivojlantirish va doimiy monitoringini amalga oshirish uchun bo‘limlar tashkil eta boshlashdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey ishidagi menejment va marketing muammolari o‘ziga xos uslubda shakllangan bo‘lib, uslubiy jixatdan intellektual, moliyaviy hamda boshqa bir qancha ko‘rinishlarni umumlashtiradi. Muzey menejmenti muzeylarni boshqarishdagi nazariy va amaliy ko‘rinishlar hamda tomoshabinga xizmat ko‘rsatish muammolarini o‘rganadi. Muzey menejmenti sohasidagi yetakchi mutaxassislardan biri Rojer Maylsning fikricha, bu soha uchta asosiy reja (strategiya) asosida o‘rganiladi:

1. **Auditoriyani jalb qilish:** Ma’lum reja va tashkiliy tartib asosida tomoshabinlar e’tiborini qaratish va ularni faollashtirish;

2. **Maqsad va vazifalarni belgilash:** To‘liq va mantiqiy fikrlash doirasida muzeyning intilayotgan maqsadlari va vazifalarini aniq ifodalovchi loyihani ishlab chiqish;
3. **Loyiha parametrlarini tahlil qilish:** Belgilangan loyiha doirasidagi turli omillarni, masalan, tomoshabinlar resurslari, moliyaviy imkoniyatlar, boshqaruv bilimi va intellektual salohiyatni ilmiy asosda o‘rganish va baholash.

Muzey xodimlari auditoriya qiziqishlari, siyosiy va ijtimoiy qarashlarini umumlashtirgan xolda, o‘z ish rejalarini targ‘ib etishlari lozim. Asosiy axborot ko‘rinishlarini tomoshabinlarga yetkazish va “aqliy xujum” doirasida qisqa vaqt oralig‘ida o‘zlashtirilishi muxim axamiyat kasb etadi.

Muzeylarda umumiy yo‘nalish belgilarini aniqlash, “oltin qoida” nazariyasiga asosan quyidagi fikrlarni umumlashtiradi:

- mavzuning dolzarbligi;
- muzeyga moliyaviy yordam berish imkoniyatiga ega shaxslarda muassasaga nisbatan qiziqish uyg‘ota olish;
- insonning xayotiy voqealarga asoslangai yangicha ijtimoiy ko‘rinishlarini kashf etish;

FOR AUTHOR USE ONLY

Marketingni muvaffaqiyat bilan amalga oshirish ijtimoiy marketing jarayonini keltirib chiqaradi. U xozirgi davrda zamonaviy madaniy menejmentning asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘ldi. Muzey marketinga — bu «xizmat bo‘shlig‘ida» yoki bo‘sh vaqt bo‘shlig‘ida talabni shakllantirish va qondirishdir.

Muzeylar tarix va san’at xazinasidan interfaol kommunikatsiyaga yo‘naltirilgan madaniyat markazlariga aylandi. Go‘zallik bilan estetik muloqot insonlarni quvontirishi va ularga yangi his-tuyg‘u ta’surotini berish kerak. Qiziqishlar ortishi bilan bozor taqsimoti g‘oyasi vujudga keladi. Tovarlar umri qiskaradi, u yoki bu xizmatlardan foydalanish davri o‘tadi. Bunday xolatda marketing starategiyasining muvaffaqiyati, talab va taklif kelishuvi barcha auditoriyaning qiziqishlari bilan belgilanadi. Jadal kommunikatsiya hisobidan sizitsishni ushlab turish imkoni yaratiladi, taklifni o‘zgarib turadigan talabga qarab moslashtirishga imkon tug‘iladi.

Madaniyat bozori ishlab chiqarishni rag‘batlantirib «ramzlar» iste’molini ta’minlashga qaratilgan va u o‘z navbatida axolini, keng qatlamining nomoddiy extiyojini qondiradi. Reklama tarzidagi «ramzlar» bozorida ishlashi — bu tovar va xizmatlar bilan ishlash emas, balki ijtimoiy psixologik xususiyatlar, xoxishlar, boyliklar, odamlar fikri bilan ish olib borishdir.

Shunday qilib, xozirgi jamiyatda muzeylarning roli keskin o‘zgardi. Marketing strategiyasini qo‘llash tufayli muzey va gallereyalar jadal rivojlanmoqda. Ijtimoiy marketing o‘ziga marketing konsepsiyasi yutuqlarini, biznes-sektor texnologiyasining hamda o‘z yovdashuv strategiyasini, qaysiki komersiyasiga kirmaydigan madaniyat tashkilotlariga suyanadigan, jadal taraqqiyotning zamonaviy sharoitlariga moslashdi.

Ommaviy konsepsiyalardan biri marketingga 80-yillarda Mak-Karti tomonidan taklif etilgan va Product (maxsulot) — Prise (narx) — Place (joy) — Pvtotion (ko‘rsatish) kabi atamalarda shakllangan bunda:

- maxsulot-tovar assortimentami rejalash
- narx — narx-navo siyosatini shakllanippg
- o‘rin — sotish bozorini va geografiyasini belgilash
- ko‘tarilishga ko‘mak sifatida turli bozorlarda tovar va xizmatlarni O‘tkazish usuli va startegiyasini ishlab chiqish, ammo muzey uchun bu konsepsiya “one r”* (bir xil ko‘rinish) konsepsiyasi moslashadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Dunyo buyicha muzey va galereyalarda sotilgan biletlar va iste’molchilarga ko‘rsatilgan xizmatlar hisobi foydasi byudjetning 15-25% ni tashkil etadi. Shunta qaramasdan, iste’molchiga marketing jixatidan yondashuv xozirga zamon muzeylari uchun muxim hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, muzey marketinga ikkita strategik yo‘nalishni o‘z ichiga oladi:

- muzey va muzey faoliyatining taqdimoti va oldinga intilish
- muzey taklif etayotgan ma’lum bir tovar (maxsulot) prezintatsiyasi va oldinga chiqish.

Ko‘pincha odamlar muzeyga quyidagi sabablarga ko‘ra keladilar:

- bolalarni, do‘stlarni olib kelishi;
- o‘rtog‘i bilan vaqt o‘tkazish;

- muzey sokinligida dam olish;
- bino, muhit, bo‘shliq yoqqani uchun;
- xar kungi turmushdan sal chalg‘ish;
- kolleksiya yoki ekspozitsiyaga qiziqishi;
- turist bo‘lgani tufayli;

Muzeylarning tuzilmasida o‘zgarishlar yuz bermoqda — axborot ta’minoti bosh maqsadi bo‘lgan yangi bo‘linmalar tuzilmoqda. An’anaviy muzey leksikasi (tili) bozor, marketing, menejment, reklama kabi yangi tushunchalar bilan boyimoqda. Tijoratlashuv kabi marketinga g‘ayriaxloqiy deb tushunish xatodir va ularni muzeyga nisbatan tadbiq etib bo‘lmaydi deb hisoblash mumkin emas. Chunki ular professional faoliyatga xalaqit bermasdan muzeylarning keng jamoatchilikka muljallangan barcha dasturlarini reklama qilishda, ularning axamiyatini tashrif buyuruvchilarga tushuntirib berishda vositachi rolini bajrishi kerak. Muzeylar o‘z navbatida ularning talab va istaklarini inobatga oladilar.

Doimin mijozlar bilan muntazam aloqalarni yo‘lga qo‘yish birinchi darajali axamiyat kasb etadi. Muzeylar nixoyat nafaqat tashrif buyuruvchi sayyoxlar bilan ish olib borishlari, balki maxalliy axoli o‘rtasida doimiy xamkorlarga ega bo‘ligalari kerakligini anglab yetmoqdalar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey tomonidan amalga oshiriladigan asosiy faoliyat madaniy marketing hisoblanadi. U barcha ishtirokchilar – muzey ilmiy xodimlari, homiylar, metsenatlar va tadbirkorlarning manfaatlarini hisobga olishi kerak. Bu faoliyat oxir-oqibat muzeyga yangi tashrif buyuruvchilarni va tomoshabinlarni jalb qilishga qaratilgan. Madaniy kommunikatsiyaga zamonaviy muzeografiyada katta axamiyat beriladi. Kommunikatsiya faqat keng jamoatchilikning e’tiborini jalb qilishga qaratilgan tadbirlarning shunchaki uzviy zanjiridan iborat emas; kommunikativ model asosiy ishtirokchilar o‘rtasidagi majburiy qaytma aloqani taqozo etadi . Axborot oqimini boshqarish, jamoatchilik bilan aloqa qilish vazifasini Pablik Rileyshnz, yoki qisqacha aytganda PR bajaradi.

PR (Public Relations)ning 500 dan ortiqroq ta’rifidan, butun dunyo buyicha qabul qilingayaining ayniqsa umumlashgani va universali quyidagidir: PR - bu boshqarish

faoliyati, jamiyat va tashkilot o‘rtasida o‘zaro manfaatli va o‘zaro mos munosbatlarni o‘rnatishga yo‘naltirilgan, unga mazkur tashkilotning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi bog‘liq bo‘ladi.

PR - moxiyati buyicha *axborot texnologiyam,* va axborot yordamida tashkilotni maqsadiga yetkazuvchi axborotni boshqarish texnologiyasi.

Mazkur bo‘limda PRHH notijorat tashkilotning, shu jumladan muzeyning va galereyaning, mustakdl faoliyatining ko‘rinishi sifatida zarurligi va muximligi haqida savol qo‘yilmaydi. Predmet bo‘lib PR moxiyatining va kommunikatsiya modelining taxlili hisoblanadi, ular madaniyat soxasida notijorat PR texnologiyalarni samardorlitini va ijobiy natijalarini asosiy ko‘rsatkichlarini aniqlashda va baxolashda imkon beradi.

PR texnologiyalar asosida yotuvchi nazariy yondashish va fikr yuritish, XX asr davomida, axborot va zamonaviy jamiyatda ijtimoiy kommunikatsiya modellarini anglash nazariyasi doirasida faol rivojlandi va takomillashdi.

Agar PR jarayonini axborot nazariyasi atamalari va tushunchalari bilan taqdim qilsak, u quyidagicha ko‘rinishga eta bo‘ladi. PRning xar bir jarayonida qandaydir sub’ekt yoki axborot manbai amal qiladi. Ta’sir ob’ekta bo‘lib jamiyat (auditoriya) xizmat qiladi. PR hamma vaqt, tegishli, kanallardan qabul qilingan, axborot (axborot uzatish) yordamida amalga oshiriladi. Barcha jarayon muayyan vaziyatda kechadi, jamiyatni holati esa teskari aloqa yordamida o‘rganiladi.

Boshqaruvchi sub’ekt tomonidan tayyorlangan axborot jamiyatga qulay tarzda uzatish (shaxslararo muloqot, ommaviy axborot vositalarida e’lon qilish, matbuot kopferensiyasi, brifinglar, “davra suhbatlari”, ochiq oshkora muloqotlar, prezentatsiya va boshqalar tashkil etish) shaklida yetkaziladi. Bu haqda ma’lumotlar teskari kanallar orqali uzatiladi va maqsadni va keyingi xarakatlarni to‘g‘rilash uchun foydalaniladi. Ko‘rib to‘rganimizdek, ushbu model PRning muhim g‘oyasini ommaga uzatadi — boshqariluvchi sub’ekt (tashkilot) va jamiyat aloqalarini ikki tomonlama hususiyati va uyg‘unligini ta’minlaydi. Shunday qilib, PRning birlamchi vazifasi — jamiyat va madaniyat tashkilotlari o‘rtasidagi barqaror munosabatlarni barpo etish va qo‘llab-quvvatlashdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Avvalombor, 1940 yillarda, amerikalik jamiyatshunoslar va siyosatdonlar tomonidan ommaviy axborot almashish nazariyasi keng rivojlana boshlandi. Ushbu sodadagi amaliy va nazariy tadqiqotlar natijasi PRning strategiyasi va usullarining negizi bo‘ldi. PR-texnlogiyalarni yaratishning muhim sxemasi bo‘lib, Lassuella tomonidan 1942 yilda taqdim etilgan, aloqa uzatish formulasi bo‘lib kelmoqda. Lassuellaning ijtimoiy aloqa uzatish modelining mohiyati quyidagi savollarga navbati bilan javob berishdir:

- kim xabar beradi;
- noma deb xabar beradi;
- kimga xabar beradi;
- qaysi kanallar orqali;
- qanday samaradorlik bilan.

Shunday ekan, PR-dasturlarni tuzish uchuy aloqa uzatuvchini, yangilikni mazmunini, aloqa uzatish vositalarini, auditoriyani tavsifini va axborot ta’sirining natijasida uning oklada sodir bo‘lgan o‘zgarishlarni taxlil qilish va baxolash zarur.

Shunday qilib, PR-texnologiyalarni asosiy boshqarish parametrlari:

Maqsadli auditoriya (muzey tomoshabinlari) — muxim axborot aloqa uzatish kanali.

FOR AUTHOR USE ONLY

PR shakllanishining va rivojlanishining asosiy davri, 1940 yil oxirlarida Lazarsfeld tomonidan yaratilgan va uning keyingi davrlarda o‘zgatirish kiritilgan, “ikki li aloqa uzatish oqimi” modelidir. Tadqiqotlar natijasida OAV (ommaviy axborot vositalari) auditoriyaga bevosita ta’sir etmasligi aniqdandi. Ommaviy aloqa vositalarini auditoriyaga ta’siri shaxslararo aloqa vositalari, ya’ni g‘oyalar ommaviy aloqa vositalaridan “asosiy auditoriya”ga, undan keyin ular orkali — barcha auditoriyaga butunlay tarqaladi. Axborot, ommaviy aloqa vositalaridan olingan, natijada shaxslararo aloqaga o‘zgaradi, uning mazmuni uz ijtimoiy guruxdarining “xolat fikrlari” bilan sharxdanadi. OAV axborotlarini auditoriyaga real ta’siri ikki bosikichli aloqa vositasi orkali amalga oshadi. Lazarsfeld “Mass media” xudsi shunday aloxdda shaxe darajasida samarasiz ekanligini, ular uni fikrini, yo‘nalshpini o‘zgartirmasdigini ko‘rsatdi, lekin, shaxsiy va ommaviy muxokamalar natijasida kushnilarining,

oilasining, do‘stlarining birlamchi guruxiga kirib boradi, u insonga ta’sir o‘tkazadi va uning fikrini o‘zgatiradi. Bu model ayniqsa “ulkan materiyalarga” — san’atga, madaniy merosga, tarixiy yodgorliklarga va boshqalarga oid axborotlarda ravshan namoyon bo‘ladi.

“Ikki pog‘onali aloqa uzatish oqimi” modelning keyingi rivojlanishi shunday “faktorlar-vositachilar” deb ataluvchilarni aniqlash bilan bog‘liq, ommaviy aloqa vositalari ularga tayangan xolda insonga ta’sir o‘tkazadi, misol uchuy: insonni ma’lum bir axborotni qabul qilishga moyilligi; insonni ma’lum bir ijtimoiy-madaniy guruxga tegishliligi va ommaviy qadriyatlarni va normalarni va boshqalarni ta’siri. Shu tufayli “faktorlar-vositachilar”, auditoriyani fe’l-atvorini o‘zgatirishga olib keluvchi barqaror nuqtai nazarlarni va ko‘rsatmalarni zaiflashtirishga va o‘zgatiriptga qodir. Festingernining “kognitiv uyg‘unsizlik” nazariyasiga asosan, inson kognitiv uyg‘unsizlikni kamaytirishga xarakat qiladi, shuning uchun axborotlarga saylovchan ta’sir qiladi. Kridaga binoan, odamlar salbiy axborotlardan uzini chetga oladi, va aksincha, ularning xulosalarini va fikrlarini to‘g‘riligini tasdikdovchi ma’lumotlarni qidiradilar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Public Relations moxiyatining tadrijiy rivojlanishi. 1940 yillar — PR ning *“ibtidoiy”* davri: asosiy e’tibor matbuot bilan bo‘lgan munosabatlarga daratilgan — ommaviy aloqa vositalariga “axborot” uzatish, muzeylarda bo‘lib o‘tadigap tadbirlarga jurnalistlarni yollash, PR-agentliklarning paydo bo‘lishi. Mazkur davrga “PR pablisiti kabi” modeli muvofiq keladi. Bu davrda PRiiHiir maqsadi — gargibot va qisman reklama. Aloqa uzatish vositasi bir yo‘nalishli, shunga ko‘ra uniig mazmuni narsalarning dadidiy xolatiga mosligi ortid darajada jiddiy emas edi. Ommaviy aloqa vositalarining nazariy konsepsiyalari va modellari gurkirab rivojlandi, amaliyotchilar uchun amaliy tadqiqotlar xulosalari axamiyatsiz edi

1950-yillarning o‘rtalaridan — PR rivojlanishining *“ikkinchi to‘lqini ".* Faqatgina matbuot bilan aloqa qilish yetarli emasligi, uzining faoliyatini, maqsadini, vazifasini va tashkil etish falsafasini yaxshilab asoslash va tushungirib berish zarurligi tushunib yetildi; auditoriyani segmentlarga ajratish usullari, butun guruxdarni tabadalarga ajratib ishlash rivojlandi. OAV bilan ishlashga katta e’tibor bergan xolda, axborotni

jamoatchilikning ma'lum bir guruxdariga yo'llamoq kerakligi, tashkilot xayotiga to'g'ridan-to'g'ri va qisman ta'sir ko'rsatishga qodir, ekanligi ta'kidlandi. "Brend" timsolini yaratish va boshqarish strategiyasi jadal rivojlandi. Mazkur davrga "PR jamiyatni xabordor etish" modeli moe keladi. PRHHHT maqsadi axborot tardatish, konunga binoan, yo'nalishsiz. Amaliy tadqiqotlarning roli xali xam unchalik muxim emas, materialni "o'qilishligi" va aloqa uzatish vositasi kanallarining samaradorligi o'rganilmokda edi.

1970-yillarning o'rtalaridan — PR rivojlanishining *"uchinchi to'lqini"* bozorlarni bo'linishi va kengayishi, notijorat tashkilotlar sektoriga marketing texnologiyalarini tarqalishi qiziquvchan jamiyat doiralarini kengayishiga va madaniyat tashkilotlarining millatlararo siyosati shakllanishiga, multimadaniyat strategiyasini vujudga kelishiga olib keldi. Mazkur davrga PR ning *"ikki tomonlama asimmetrii "* modeli mos keladi. Ilmiy asosga qurilgan ishonch — PR ning muhim strategiyasi. Aloqa uzatish vositasi ikki tomonlama, birok, muvozanatlapgtirilmagan (tashkilotlarni uzi o'zgarmaydi, lekin jamoat nuqtai nazarini o'zgartirishga xarakat qiladi). Tadqiqotlar axamiyati jiddiy ravishda ko'tarildi, asosan yo'nalishlar, jamiyatning didi va afzal kurish xolatlari o'rganildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

1980-yillar oxiri — RKning *"to'rtinchi davri",* ommaviy aloqa uzatishni elektron vositalari, internet va multimedia rivojlanishi bilan bog'liq, ochik axborot maydonida PR strategiyasi vujudga keladi, "tarmokli" mafko'ra ommalashadi. Mazkur davrga PR ning *"ikki tomonlama simmetrii "* modeli mos keladi: tashkilot jamoatchilik nuqtai nazarini faqat shakllantirishga, dullashga yoki o'zgatirishga xarakat kilmaydi. Ushbu davrda PRning asosiy maqsadi xamfikrlik edi. Aloqa uzatish jarayonlari ikki tomonlama, o'zaro ta'sir sub'ekti xar-xil guruxlar bo'ladi, ko'pincha anglash va munosabat muammolari o'rganildi, tadqiqotlar axamiyatli ekanligi ta'kidlab o'tildi.

Xozirgi vaqtda muzeylarni, auditoriya bilan to'g'ri va teskari aloqalardan foydalanishga asoslangan, kommunikativ siyosatini ishlab chidish va joriy etish eng ko'p qiyinchlik tug'dirmoqda.

Boshqa tomondan — "tushunmovchilik to'sig'ini" yengib o'tish, qaysiki muzey xizmatchilarida auditoriyami noadekvat baxolashi natijasida yuzaga kelgan, faqatgina

ularni tasavvurlariga asoslangan. xodimlarida auditoriya haqida barqaror noto‘g‘ri taxminlar va haddan tashqari yuqori baholangan tasavvurlar mavjud. Masalan, muzey mutaxassislari quyidagilarni hisoblashadi:

- Auditoriya faqatgina belgilangan guruh vakillaridan iborat;
- San’atga ishtiyoqli tomoshabinlar faqat o‘ziga o‘xshaganlarni izlaydi;
- San’atni tanlash masalasida auditoriya har doim aniq va faol qaror qabul qiladi;
- San’at sohasida auditoriya yaxshi bilimli va chuqur tushunchaga ega;
- Tomoshabinlar o‘z bilimlariga ishonchli va muzey hamda san’atni yaxshi tushunadi;
- Auditoriya muzeyga kelib, uning boyliklari va boshqa faoliyatlariga oddiy tarzda sherik bo‘lishga tayyor.

Barcha ushbu gushunchalar noto‘g‘ri chikdi. Auditoriya kizidishlarini boisi — boshqa.

- Muzeylarga tashrif buyuruvchilarning asosiy motivlari quyidagilardan iborat:
- oila a’zolari (masalan, farzandlar) yoki yaqin insonlar (do‘stlar, qarindoshlar) bilan birgalikda vaqt o‘tkazish istagi;
- yaqin kishilar bilan birga bo‘lish va ular bilan bog‘liqliqni his qilish;
- tinch, madaniy muhitida dam olish va ruhiy dam olish imkoniyati;
- muzey binosining arxitektura go‘zalligi, xonasining kengligi va umumiy muhitining jozibadorligi;
- o‘tkazilayotgan ko‘rgazmalar yoki doimiy kolleksiyalarning mazmuni va mavzusiga qiziqish;
- sayyohlik maqsadida shaharga tashrif buyurganlar uchun diqqatga sazovor joy sifatida.
- Aksariyat odamlarning muzeyga bormaslik sabablari esa quyidagicha ifodalanishi mumkin:
- odamlar muzeylardagi faoliyat, tadbirlar va yangiliklardan etarli darajada xabardor emaslar;

FOR AUTHOR USE ONLY

- o‘zlarini san’at sohasida yetarli bilimga ega emas deb hisoblashlari, bu ularni noqulay his qilishiga va o‘zini uyaltirishiga olib keladi;

- band odamlar, ayniqsa ishbilarmonlar, vaqtning yetishmasligini va muzey tashrifi uchun ko‘p vaqt talab etilishini ta’kidlaydilar;

- ba’zilar buni o‘zlar uchun qimmat va qulaylikdan tashqari bo‘lgan faoliyat sifatida qabul qiladilar.

- bolalari bilan tashrif buyurganlar hisoblashadi: muzeylarda bolalarni yodtirishmaydi, u yerda muomala qoidalari juda dattik va bolalarga doimo tanbex berishadi;

nogironlar ularga ortiqcha e’tibor berishlarini istashmaydi;

- yoshlar uzlarini bilimsiz deb his qilishadi va uyalishadi.

Frenk Djefkins, oltita tarkibdan iborat, uzining PR- dastur modelini taklif dildi:

- vaziyatni baholash
- maqsadni aniqlash
- jamoatni aniqlash
- ommaviy anoda vositasi kanallarini, ta’sir usullarini tanlash.
- byudjetni rejalanggirish
- natijalarni baholash.

FOR AUTHOR USE ONLY

Vaziyatni baholash uchun, Djefkins “darshi chidish — soxta fikrlilik — loqaydlik — bilimsizlik” to‘plamidan “xush ko‘rishlik — tan olishlik — qiziqishlik — bilimlilik” to‘plamiga harakat qilishni taklif etadi. Bu vaqtda tashkil etuvchilardan dar-biri mukammal mudokama dilinadi.

Kridaga binoan, notijorat tashkilotining dozirgi tashqi faoliyatining PR-dasturi tuzilishi quyidagi bo‘limlarni uz ichiga damrab oladi:

- Notijorat tashkilotini muhim vazifasi (missiyasi)
- Vaziyatni SWOT-tadlili
- Maqsad va vazifalar
- Nudgai nazarlar
- Ish usullari va shakllari

- Auditoriyalar va maqsadli gurudlar turlari
- Ideologemalar bazasi
- Natijalarni nazorati va samaradorlikii baholash

Tashqi dozirgi PR-faoliyat dasturlarida katga e'tibor "media relations'Ta to'g'ri keladi, ya'ni ommaviy axborot vositalari bilan bo'lgan munosabatni rejalashtirish, Maqsadlar — OAV kanallari buyicha junatmalar samaradorligini oshirish, noto'g'ri axborot imkoniyatini kamaytirish.

Erishish yo'llari — OAV bilan muntazam aloqa yo'llari shakllari orqali o'zaro manfaatli sherikchilikni va damkorlikni o'rnatish: brifinglar, matbuot-konferensiyalari, "davra suhbatlari", ochiq munozaralar, prezentatsiyalar.

Asosiy boskichlar:

- axborot bilan ta'minlanish;
- e'lon kdlinishini tashkil etish;
- noan'anaviy usullardan foydalanish (axborotlarni maqsadli chiqib ketishi, voqealarni sharxdashda muxoliflardan ilgarilab ketish, rejalashtirilgan fitnalar, xis-tuyg'uga oid ramzlardan va yengil yod buluvchi shior va siymolardan foydalanish, faoliyatni tashkil etish, insonlarni kizikdirishga va birlashtirishta qodir va boshqalar).

FOR AUTHOR USE ONLY

Tashki hozirgi PR-faoliyat strategiyasi, konunga binoan, quyidagi auditoriya turlariga yunalgan:

- xayrihoh auditoriya
- talab qilingan auditoriya
- nomadbul auditoriya

Notijorat tashkilotining PR-dasturi faqatgina "media relations" va potesial auditoriyali alokd yo'llari bilan cheklanib Kolmaydi. Maxsus strategiyalar va usullar xukumat tizimlari, biznes-soxalari va sponsorlar, tashkilot sifatida xamkorlar — madaniyat soxasidagi kabi, turizm, maorif, ijtimoiy yordam, ilmiy tashkilot va professional birlashmalar bilan munosabatlarni o'rnatish uchun qo'llaniladi.

Ko'rsatkichlar dinamikasi taxlilidan tashqari axborot ta'siri samaradorligini nazorat qilish uchun eksperimental metodlar qo'llaniladi. Asosiy metod bo'lib audigoriyapi kiyoslama taddoslash testi hisoblanadi. Test o'tkazish sifatida PR-

kompaniya bilan qamrab olingan auditoriyaning qismi tanlanadi; nazorat qilish sifatida PR-kompaniya ta'siri qamrab olmagan auditoriya qismi tanlab olinadi. Ajratib ko'rsatilgan auditoriya qismlari vakillarini fe'l-atvorini ulchash ishlari amalga oshiriladi va o'zaro takdoslanadi. Taddoslash uchun, qoidaga binoan, turli regionlar auditoriyasi yoki turli aloqa yo'llari kanallari auditoriyasi tanlab olinadi. Tadqiqot natijalari bo'yicha PR-kampaniya samaradorligi, test o'tkazilgan va nazorat o'tkazilgan auditoriya qismlarini farqi ko'rinishida aniqlanadi. Tadqiqot davri yetarli muddat davom etishi kerak, o'zgarishlarni ifodalash uchun, PR-kampaniya bilan shartlangan, "carry-over" effekta bilan ishlash dam muhim vositalardan sanaladi. Zamonaviy PR-texnologiyalar notijorat tashkilotning barcha ichki va tashqi axborot aloqalar majmuasidan sistematik va kombinatsiyalangan tarzda foydalanishga imkon beradi, tashkilotni kuchli tomonini amalga kiritadi va kuchsiz tomonini bartaraf qiladi. Nazariy konsepsiyalar va modellar tashqi kabi va ham ichki PR-texnologiyalarni strategiyasini va metodlarini dinamik rivojlanish bazasini yaratadi. Bora-bora muzeylarda ham PR uzoq muddatli vazifalarni xal etishda uzluksiz, faol, uyg'un bo'lib bormokda.

FOR AUTHOR USE ONLY

PR muzey faoliyatining barcha sodasiga kirib boradi; *pablisiti* (ma'lum bo'lish, mashdur bo'lish) va PR muzeyning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi, uning diyofasini shakllan- tiradi, uning keyingi rivojlanish yo'llarini aniqlab beradi.

Ishbilarmonlik muditi va madaniy muhitning usib borayot- gan dinamizmi, o'zgaruvchanligi va noaniqdigi sheriklar bilan bardaror axborot aloqalarini o'rnatipshi va olib borishni shart qilib duyadi. Bunday ikki tomonlama axborot aloqalari madaniyat muassasalariga vodealarni monitoring qilish va ularning rivojini ko'ra bilish, ularga uz vadgida munosib munosabat bildirish uchun zarurdir. Bu dolatda PR tashkilotning ichki va tashqi muhitdagi xatgi-darakatini strategik boshqarish vositasi, axborot yordamida ularga ta'sir ko'rsatish kuroli sifatida maydonga chidadi.

Ichki va xaldaro kommunikatsiyalarni jadallashtirishdan manfaatdor bo'lgan muzey RKdan uzining va *uz* sheriklarining faoliyati dadida keng axborot tardatishdan foydalanishi mumkin. Axborot yo ijobiy, yo salbiy bulipgi mumkin, baribir ular muzey imijiga, obrusiga ta'sir ko'rsatadi. Uz axborot makonini boshqarshp zaruratga

aylanadi, muzeylar ishining baynalmilallashuvi va yangi ishtirokchilarni jalb qilish muzey xaqidagi eski qarashlarni qisman sindirishni hamda muzey amaliyotini boshqarishni yagona iqgisodiy nazariyasi bilan bog‘lashni tadozo etadi.

Pablik Rileyshnz: ahamiyati va mazmuni. Kommunikatsiyalar, ya’ni axborot ayirboshlash Pablik Rileyshnz fanining predmeta hisoblanadi.

PR tushunchasining bir necha tavsifi mavjud:

"‘Public Relations - Boshqaruvning tashkilot va jamoatchilik o‘rtasida muloqot, o‘zaro tushunish, o‘zaro moyillik, xamkorlik o‘rnatishga va ularni qo‘llab-kuvvatlashga yordam beruvchi funksiya- laridan biridir. Ular turli muammolarni dal qilishni uz ichiga oladi: tashkilot raxbariyatini jamoatchilik fikri xaqidagi axborot bilan ta’minlaydi va unta javob choralarini ishlab chidishga yordam beradi; radbariyatning jamoatchilik manfaatlari yo‘lidagi faoliyatini ta’minlaydi; tamoyillarni oldindan ko‘ra olish yo‘li bilan uni turli o‘zgarishlarga tayyor xolatda ushlab turadi; faoliyatning asosiy vositalari sifatida tadqiqotlar va ochik muloqotdan foydalanadi”.

FOR AUTHOR USE ONLY

Pablik Rileyshnz (PR) – bu tashkilotning obro‘si va nufuzini oshirish, uning rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida jamoatchilik fikrini shakllantirish hamda boshqarish jarayonidir. Ushbu faoliyat asosan ommaviy axborot vositalari orqali amalga oshirilsa-da, boshqa aloqa kanallari ham muhim rol o‘ynaydi. PR davlat organlari, ijtimoiy tuzilmalar (jamoat tashkilotlari, marketing, savdo sohalari) hamda fuqarolar o‘rtasida umumiy manfaatlar yo‘lida hamkorlik qilish va muloqotni yo‘lga qo‘yish san’ati hisoblanadi.

PRning asosiy maqsadi – tashkilot muvaffaqiyatiga ta’sir etuvchi tashqi va ichki ijtimoiy, siyosiy va madaniy muhitni qurish va barqarorlashtirishdan iboratdir. Ushbu faoliyat bir nechta yo‘nalishlarda olib borilishi mumkin: keng yoki mahalliy auditoriyaga qaratilishi hamda aniq natijalarga erishish (masalan, ma’lum bir tasvirni shakllantirish yoki salbiy vaziyatlarni bartaraf etish) uchun mo‘ljallanishi mumkin.

PRning asosiy sohalari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- Ommaviy axborot vositalari bilan ishlash (ommaviy auditoriya bilan aloqalar);

- Hamkorlar, ishtirokchilar va iste'molchilar bilan munosabatlar;
- Mahalliy jamoa bilan aloqalar;
- Tashkilot xodimlari bilan ichki muloqot;
- Davlat va mahalliy hokimiyat organlari bilan ishlash;
- Inqirozli vaziyatlarni boshqarish;
- Moliyaviy aloqalar va investorlar bilan ishlash.

Xulosa qilib aytish mumkinki, Pablik Rileyshnz – muvaffaqiyatga erishishning asosiy vositalaridan biri bo‘lib, uning barcha bosqichlarini izchil va uyg‘un amalga oshirish PR kampaniyasining samarali yakunlanishini ta'minlaydi.

Xozirgi PRning ko‘p qismlari insoniyat tamaddunining ildizlariga borib takaladi. Jamoatchilik bilan munosabatlar jamiyat paydo bo‘lgandan beri jamiyatni boshqarish tizimining Qismi hisoblanadi. Mantik, notiklik, saxia maxorati vositalari orkali auditoriyani boshqarish va jamoatchilik fikriga ta'sir ko‘rsatish kunikmasi antik davrlardan beri jamiyatga ma'lum edi.

XX asrda axborot tarqatish vositalarining keng miqyosda rivojlanishi bilan PR zamonaviy va mustaqil kasb sifatida shakllana boshladi. Bu jarayon 1900-yillarda AQShdagi Garvard universitetida o‘zining PR byurosini tashkil etishi bilan namoyon bo‘ldi. 1918-yilda Illinoys shtatidagi universitet dasturlarida PRga oid kurslar paydo bo‘ldi. Dastlab, ushbu soha asosan jurnalistika fakultetlari doirasida o‘rganildi. PR bo‘yicha birinchi rasmiy kurs 1922-yilda Nyu-York universitetida Edvard Bernays tomonidan o‘qitildi. 1923-yilda esa Bernays tomonidan "Crystallizing Public Opinion" nomli ilk asar nashr etildi.

1930-yillarning boshlarida AQShda PR korporativ menejmentning mustaqil funktsiyasi sifatida tan olinib, AT&T, General Motors kabi yirik kompaniyalarda aloqalar yoki PR bo‘yicha vitse-prezident lavozimlari joriy qilindi. Matbuot, radio, kino va keyinchalik televideniening jadal rivojlanishi auditoriyani jalb qilish imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytirdi. Natijada, jamoatchilik fikrini boshqarish korporativ faoliyatning ajralmas qismiga aylandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

PRning ahamiyatining ortishi, bir tomondan, erkin tadbirkorlik muhitining shakllanishi bilan bog‘liq edi. Iqtisodiy faoliyatning rivojlanishi tashkilotlarni jamiyat va uning turli qatlamlari bilan munosabatlarni yanada muhim hisoblashga majbur qildi. Jamoatchilikning ijobiy qarashi kompaniyalarning nomutanosiz aktiviga aylanib, Shimoliy Amerika va Yevropa korporatsiyalarining hisobotlarida "obro‘" sifatida aks etdi. 1955-yilda Londonda Xalqaro PR Assotsiatsiyasi tashkil etildi. Tashkilotlar uchun muhim auditoriya doirasi kengayib, nafaqat iste’molchilar, balki davlat idoralari, mahalliy aholi, kasbiy uyushmalar, hamkorlar, moliyaviy institutlar, shuningdek milliy va xalqaro jamoat guruhlarini qamrab oldi. Rivojlangan mamlakatlarda PR nafaqat amaliy faoliyat, balki mustaqil akademik soha sifatida ham o‘rnini mustahkamladi.

Boshqa mamlakatlarda xam tijorat va davlat tuzilmalari o‘z ishbilarmonlik faolligining muxim yo‘nalishlaridan biri sifatida PRni astoydil o‘zlashtirishga kirishdi. PR faqat biznesga tegishli bo‘lmay koldi, boshqa tashkilotlar va muas- saszlar uchun kommunikatsiey aloqalarning axamiyatini baxolash qiyin, bu madaniyat soxasiga xam tegishlidir.

FOR AUTHOR USE ONLY

PRning institutsional faoliyati allakachon AQSh va Yevropa chegaralaridan oshib ketdi. PR xalkaro uyushmasi bugungi kunda 65 mamlakatiing 800 dan ortik mutaxassisini uz atrofida birlashtirib turibdi.

Muzey kommunikatsiyasi va Pablik Rileyshnz. Biznes**,** boshqaruv, tijorat — bu tushunchalar muzey tushunchasi bilan qanchalik mos keladi? Muzey notijorat tagakiloti bo‘lib, u o‘z faoliyatida quyidagi uch asosga tayanadi: tashrif buyuruvchilarga xizmat ko‘rsatish; ilmiy tadkikrt (xam nazari, xam amaliy); ashyolarni sakdash va tizimga solish.

Muzeylar bir vaqtlar soddatuzilmali muassasalar hisoblangan. Ular odatda direktor, qo‘riqchilar va ekspozitsiya zallaridagi kuzatuvchilardan iborat bo‘lgan shtat jadvaliga ega edi. Biroq, vaqt o‘tishi bilan bu muassasalarda butunlay yangi mutaxassislar paydo bo‘la boshladi: buxgalterlar, muhandislar, kotiblar, muzey pedagoglari, ta’mirlash bo‘yicha mutaxassislar, shuningdek reklama va ommaviy axborot vositalari bilan ishlash uchun javobgar xodimlar. Boshqacha qilib aytganda, muzey ma’lum tartib-

qoidalar, standart lavozimlar tizimi va aniq vazifalar asosida ishlaydigan tashkiliy strukturaga aylandi. Zamonaviy muzey endi o‘z devorlari bilan chegaralanib qolmasdan, o‘z hududi va ta’sir doirasini kengaytirish, o‘zining ijtimoiy ahamiyatini namoyish etishga intiladi.

Muzeyning rivojlanishidagi murakkab bosqichlar, masalan, uning ochilishi, rekonstruksiyasi, ko‘rgazmalarni tashkil etish yoki turli muammolarni hal qilish jarayonida marketing va kommunikatsiya usullaridan tobora ko‘proq foydalanilmogda. Muzey tadbirlari iloji boricha kengroq auditoriyani jalb qilishni maqsad qiladi, ular kelajakda doimiy va sadoqatli tomoshabinlarga aylanadi. O‘z auditoriyasini kengaytirishga intilayotgan muzeylar, shuningdek, o‘z muassasasining obro‘sini mustahkamlashga va hamkorlik aloqalarini barpo etishga harakat qilishadi.

Pablik Rileyshnz muzeylar faoliyatidagi yangi va istixbolli yo‘nalishdir.

PRda o‘zaro xamjixatlikii amalga oshirish uchuy shaxsiy va noshaxsiy kommunikatsiya kanalari tizimi mavjud. Birinchi variant shu tufayli samaradiki, bunda ishtirokchilarga shaxsan murojaat xilish va xayta aloqa o‘rnatish uchun imkoniyat beriladi; ikkinchi variantni kommunikatsiyaning asosiy usuli deb hisob- lash mumkin, ya’ni bunda u ommaviylik effektiga egadir va jamoatchilik fikrini shakllantiradi. Ommaviy kommunikatsiya asosiy muassasa va ommaviy axborot vositasining xamkorligi bilan belgilanib, u dator asosiy funksiyalarga egadir:

FOR AUTHOR USE ONLY

- mafko‘raviy va siyosiy ta’sir ko‘rsatish; ijtimoiy birlikni qo‘llab-quvvatlash;
- uyushtirish, xabardor qilish, ma’rifat va xordiq.
- Muzey yuqorida zikr etilgan tuzilmaga bevosita tegishlidir: u uzi joylashgan joyda madaniy muhitni shakllantirishi mumkin va u shunga xizmat qilishi kerak;
- muzey ishi ijtimoiy uzlikpi anglashni tarbiyalashga qaratilgan;
- uz ko‘rgazmalari va tadbirlari orxali muzey xar bir tashrifchiga yuzlanadi, auditoriyaga xissiy ta’sir ko‘rsatadi.

Ommaviy axborot vositalari ommaviy kommunikatsiyada muzeyning sheriklari hisoblanadi. Ammo OAVlarning biror turiga ustunlik berish mumkin bo‘lgan auditoriyaning bir xismini yo‘qotishni anglatadi: axborot “triumvirati”ning xar biri

(matbuot, radio, televidenie) axborotni auditoriyaga yetkazish xarakteri va usullarida xator o‘ziga xosliklarga egadir. Shu sabali reklama kampaniyasini rejalashtira turib, bu o‘ziga xosliklarni inobatga olish kerak: masalan, o‘quvchilarning matbuotga murojaat xilishida yuz berayotgan xodisalarga yo‘nalish olish birinchi o‘rinda turadi; keyin esa xandaydir maishiy- foydali axborotga ega bo‘lish, bush vakdini foydali o‘tkazish istagi paydo bo‘ladi. radio eng avvalo tezkor axborotni olishga bo‘lgan intilishni qondiradi, unta bush vaqtni kizikarli o‘tkazish, xayotdan orkada kolmaslik, amaliy maslaxatlar olish istagi xamroxdik qiladi. Ekran oldida bush vaqtni o‘tkazish istagi televideniega murojaat qilishning asosiy sababidir, tezkor axborot olish esa keiingi uripda turadi .

Muzeylar nafaqat uz ko‘rgazmalarini, ekspozitsiyalarini, balki g‘oyalarini, dasturlarini targ‘ib qilishi; jamoatchilikni nafaqat jiddiy va ammo foydali axborot bilan tanishtirishi, balki uz xizmatlarini reklama xam qilishi va uz xodimlarini ko‘rsatishi kerak.

Muzeylar OAVlarga murojaat kdlganda tezda axborot ayir- boshlash buyicha bumerang al oka o‘rnatiladi: OAVlar muassasa faoliyatini yoritadi, muzeyda esa uzi taklif kilayotgan xizmat- larga iste’molchilardan tezda aks-sado olish imkoniyati paydo bo‘ladi. “Iste’molchi” deganda nafaqat muzeyga bevosita tashrif buyurganlar, balki muzey haqida eshitgan, televidenieda ko‘rgan, matbuotda ukigan kishilar xam anglashiladi. Bu xam nofaol bo‘lsada auditoriyadir, ularni doimiy sherikka aylantirish muzey kommunikativ xizmatining vazifasidir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey faoliyatini tashkil etishdagi muhim masalalardan biri uning asosiy auditoriyasini aniq belgilashdir. Ma’lumki, har bir muzey barcha guruhlarga bir vaqtda xizmat qila olmaydi, shuning uchun u o‘zining imijini, vazifasini va tomoshabinlarini aniq tanlashi kerak.

Xalqaro tajribalar shuni ko‘rsatadiki, auditoriyani, ularning qiziqishlari, talablari va ehtiyojlarini chuqur tushunish, muzey ishini samarali yo‘lga qo‘yishning eng muhim omilidir. Biroq, amalda, ko‘pgina muzey xodimlari tashrifchilar bilan o‘zaro munosabatlarning an’anaviy shakllarini yagona to‘g‘ri usul deb bilishadi. Sotsiologik o‘rganishlar esa muzey mutaxassislari bilan tomoshabinlar qadriyatlari o‘rtasida

tafovutlar mavjudligini ko‘rsatadi – ko‘pincha xodimlar ma’lum bir narsani yetkazishga intilsalar, tashrif buyuruvchilar butunlay boshqa tajriba izlashadi.

Tashrifchilar bilan turli muloqot shakllarini yo‘lga qo‘yish orqali muzey o‘zining falsafasi, kolleksiyalarni taqdim etish usullari, ilmiy va ma’rifiy dasturlariga nisbatan jamoatchilik fikrini o‘rganishi mumkin. Auditoriya talablarini o‘z vaqtida hisobga olish, muzey faoliyatini yangilash va moslashtirish imkoniyatini beradi. Natijada, bu o‘zaro manfaatli hamkorlikka olib keladi va ikkala tomon uchun yangi, kutilmagan yechimlarni yaratadi.

Kommunikatsiyada iste’molchilardan tashkari muzeyning sheriklari xam ishtirok etishadi, ular bilan damkorlik umumiy maqsadlarga erishish uchun yangi loyixalar va kushimcha moliyaviy tutumlar manbai bo‘lishi mumkin. Muzeyning potensial hamkorlari odatda quyidagi tashkilotlardan iborat bo‘ladi:

- Boshqa muzeylar va madaniy muassasalar;
- Umumiy ta’lim maktablari va oliy o‘quv yurtlari;
- Sog‘liqni saqlash, turizm va sport sohasidagi institutlar;
- Maqsadlari va faoliyati muzey yo‘nalishiga yaqin bo‘lgan nodavlat tashkilotlar va ko‘ngilli tuzilmalar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ko‘pincha, bunday tashkilotlar o‘zlari muzeyga hamkorlik taklifini amalga oshira olmaydi, shuning uchun muzeyning o‘zi tashabbus ko‘rsatishi va hamkorlik uchun aniq dasturlar bilan chiqishi zarur. Bunga misol sifatida quyidagi loyihalarni keltirish mumkin:

- Ta’lim muassasalari bilan birgalikda amalga oshiriladigan o‘quv dasturlari;
- Korxonalar tomonidan moliyalashtiriladigan korporativ tarixga oid ko‘rgazmalar;
- Turistik agentliklar uchun mintaqa tarixini o‘rganishga qaratilgan loyihalar;
- Teatrlar, kinolar yoki madaniyat markazlarida tashkil etiladigan vaqtinchalik ekspozitsiyalar.

Hatto resurslari cheklangan kichik muzeylar ham o‘z xodimlari imkoniyatlari yoki shartnoma asosidagi hamkorlik orqali axborot markazi, tadqiqot laboratoriyasi yoki dizayn studiyasi sifatida faoliyat ko‘rsatishi mumkin.

Muzeyning muvaffaqiyatli rivojlanishi uning asosiy auditoriyasini (tashrifchilar, mijozlar) va potensial sheriklarini (buyurtmachilar, homiylar) yaxshi bilishiga bog‘liq. Bu, o‘z navbatida, samarali marketing strategiyalari va texnologiyalarini ishlab chiqish uchun zarur bo‘lgan asosdir, ham ijtimoiy, ham iqtisodiy barqarorlikni ta’minlaydi.

Muzey auditoriyaga xam bevosita muzey devorlari ichida, xam reklama va pablisiti (yashirin reklama-axborot) ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Ommaviy axborot vositalari uchun tayyorlangan xabar qisqa-kunda yoki keng tafsilotli bo‘lishi mumkin (nima tayyorlanishiga — intervyu, axborot, shuningdek, kim uchun tayyorlanishiga — matbuot, radio, televidenie; ana shunga boglid), u qiziqarli, xatto bir muncha “munozarali” bo‘lishi mumkin, ammo asosiysi auditoriyani o‘ziga jalb qilishi va muzeyga tashrif buyurish madbulligini betazyid eslatishi kerak.

Reklama va publisiti o‘z maqsadlari, vazifalari, amalga oshirish usullari va samaradorligi jihatidan bir-biridan farq qiladi.

Publisiti (inglizcha “publicity” – ommaviylik, oshkoralik) quyidagilarni anglatadi:

1. Mahsulot, xizmat yoki faoliyatga bo‘lgan ehtiyojni rag‘batlantirishning shaxsiy bo‘lmagan usuli bo‘lib, radio, televidenie kabi kanallar orqali amalga oshiriladi va uning haqi to‘lovchi tomonidan to‘lanmaydi;
2. Ommaga ma’lumlik, oshkoralik, mashhurlik holati.

Publisiti asosan tashkilotning asosiy faoliyati, uning hamkorlari va mijozlar bilan munosabatlari orqali shakllanadi va ko‘pincha “imij” tushunchasi bilan chalkashib ketadi. Biroq, publisiti ko‘proq ommaviy axborot vositalaridan foydalangan holda keng jamoatchilikka qaratilgan tashqi tasvirni ifodalaydi. Imij esa cheklangan auditoriyaga yo‘naltirilishi va OAVga kamroq bog‘liq bo‘lishi mumkin.

PR vositalari yordamida publisitini shakllantirish yoki imijni mustahkamlash reklamadan bir qancha jihatlari bilan ajralib turadi. Reklama quyidagi jihatlarda nazoratni ta’minlaydi: tarkib, joylashtiriladigan media, auditoriya, chastota va narx. PR

FOR AUTHOR USE ONLY

vositalari esa press-relizlar, maqolalar, reportajlar va matbuot anjumanlari kabi formatlarni o‘z ichiga oladi, ularning tarqatilishi tashkilot tomonida to‘liq nazorat qilinmaydi. PR vositalari reklamaga nisbatan quyidagi afzalliklarga ega: tayyorlash va tarqatish xarajatlari pastroq, ishonchliligi yuqori, chunki ular xolis axborot sifatida qabul qilinadi.

Publisiti quyidagi holatlarda alohida ahamiyat kasb etadi:

- Tashkilotning obro‘sini oshirish va mustahkamlash;
- Yangi xizmat (masalan, muzeydagi yangi ko‘rgazma, dastur yoki xizmat) paydo bo‘lganda ijobiy tasvirni shakllantirish. PR vositalari reklamadan oldin ishga tushirilishi kerak, chunki ular yangilik sifatida qimmatlidir;
- Raqobatli bozorda tadbirning e’tiborga olinishi qiyin bo‘lganda. Bunday holatlarda maxsus tadbirlar, munozaralar, homiylik dasturlari yoki g‘ayrioddiy hamkorliklar orqali qiziqish uygotish mumkin;
- Yangi xizmat yoki tadbirni soddalashtirilgan til bilan tushuntirish zarurati tug‘ilganda. Maqola yoki intervyular murakkab mavzuni tushunarli tilda bayon qilish uchun keng imkoniyat yaratadi;
- Byudjet cheklovlari reklama xarajatlariga imkon bermaganda, publisiti vositalaridan (masalan, maqola joylashtirish) foydalanish mumkin;
- Inqirozli vaziyatlarda munosabat bildirish. Bunday sharoitlarda PR vositalari obro‘ni saqlash va mustahkamlash uchun eng tezkor va ishonchli vositadir. Reklama faqat muammo bartaraf etilgandan keyin samarali bo‘ladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Publisiti – asosan yangiliklarni yetkazishdir. Har qanday o‘zgarish – yangi ko‘rgazma, tashkiliy o‘zgarishlar, yangi loyihalar – axborot manbai sifatida qaralishi mumkin. Asosiysi, bu axborot kim uchun qiziqarli va dolzarb ekanligini aniqlashdir. Faqat boshqalarning hayoti yoki faoliyatiga ta’sir ko‘rsatadigan yangilik haqiqiy publisitiga aylanadi. Shu sababli, muzey haqidagi har qanday materialda “Bizning yangiligimiz faqat biz uchun emas, balki …” mazmuni bo‘lishi kerak.

OAV uchun tayyorlanayotgan materiallarda PRda qabul qilingan axborot formatlarini hisobga olish muhimdir. Maqsad – jamoatchilikning ijobiy fikrini

shakllantirish va uni saqlab qolish orqali ularning muzeyga nisbatan xatti-harakatlarini yo‘naltirish. Axborot tanlangan ommaviy axborot vositasiga mos ravishda auditoriyaga yo‘naltirilishi kerak.

Ommaviy axborot vositalari bilan ishlashda odatda quyidagi hujjatlar tayyorlanadi:

- **Bekgraunderlar (asosiy ma’lumotlar)** — bu sensatsion bo‘lmagan, joriy faoliyat yoki kundalik jarayonlar haqidagi ma’lumotlarni o‘z ichiga oladi. Ular tashkilotning yangi yo‘nalishlari, davom etayotgan loyihalari yoki rejalashtirilgan tadbirlar (masalan, kelgusi ko‘rgazma taqdimoti) to‘g‘risida bo‘lishi mumkin. Bunday materiallarni muntazam ravishda tarqatib turish, muassasa haqidagi uzluksiz va yangi axborot oqimini ta’minlashga xizmat qiladi.
- **Press-reliz** — keng jamoatchilik uchun ahamiyatli yangilik yoki foydali ma’lumotni qisqa va aniq shaklda yetkazadigan rasmiy xabardir. Masalan, yangi dastur ishga tushirilishi yocha maxsus seminar o‘tkazilishi haqida.
- **Media-kit (matbuot to‘plami)** — bir nechta tegishli materiallarni (press-relizlar, faktlar varaqasi, fotosuratlar, tashkilot haqida umumiy ma’lumot) o‘z ichiga olgan va ommaviy axborot vositalari vakillariga qulay tarzda taqdim etiladigan tayyor paket.
- **Shuningdek** ishlatilishi mumkin: mavzuga oid qiziqarli va tahliliy maqolalar, qisqa faktlar to‘plami (fakt-varakalar) hamda rasmiy pozitsiyani ifodalovchi bayonotlar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Matbuot uchun mo‘ljallangan barcha materiallar professional PR matnlari tuzishning umumiy qoidalariga bo‘ysunishi zarur.

Aniq ifodalangan maqsad va g‘oyalardan tashqari chop etishga muljallangan material ma’lum mazmuniy yukni uz zimmasiga oladi:

- xabar gazetxonlarga aloqador bo‘lishi kerak.
- u o‘quvchini kiziktirishi kerak.
- u o‘quvchini tashvishga solishi kerak.
- u o‘quvchining qiziqishlari doirasida turishi kerak.

Materiallarni nashrga tayyorlash bilan birga, axborot xizmati ularning chop etilishini kuzatib borishi, publisitining samaradorligini baholashi, kelajakdagi aloqa strategiyalarini belgilashi va barcha jarayonlarni uzluksiz muvofiqlashtirishi lozim.

Radio va televidenie bilan ishlash turli dasturlar auditoriyasini, janrni tanlashni, translyatsiya vaqta va davomiyligini bilishni tadozo etadi. Radio va televidenie pafaxat ommaviy axborot vositasi, balki ular uchrashuvlar, matbuot konferensiyalari, uxuv mashgulotlarini tashkil etish vositasi xamdir. Konferensiyalar va ko‘rgazmalarda ichki teleekranlar yoki monitorlardan foydalanish mumkin. Ular yig‘ilgan tomoshabinlarga o‘tkazilayotgan tadbir haqida to‘liq reportaj yoki qo‘shimcha materiallarni ko‘rsatish imkoniyatini beradi.

Radio va televidenie efirida ko‘rsatiladigan materiallar ko‘pincha reklama xususiyatiga ega bo‘lgani uchun ular uchun to‘lov talab qilinadi. Bunday hollarda shartnomalarni tayyorlash va ular orqali hamkorlikni rasmiylashtirish maqsadga muvofiqdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylar boshqa madaniyat muassasalari taxdim xila olmaydigan ayrim xizmatlarni ko‘rsatish layokatiga egadirlar. OAVlar esa uz eshittirishlari jonli va original xarakterda bo‘lishidan manfaatdordirlar, bunga birinchi manbalarga kirib borish orxali erishiladi. Masal an, Tolyatti televideniesi bolalar uchun “Teleteremok” ko‘rsatuvlar turkumini tayyorlashda shaxar ulkashunoslik muzeyiga uning ekspozitsiyalarini suratga olishga ruxsat berishni surab murojaat qildi. Natijada hamma tomon foyda ko‘rdi: muzey har hafta o‘zini reklama qilish imkoniyatiga ega bo‘ldi; telekanal original kontent va qiziqarli material bilan ta’minlandi; bolalar va ularning ota-onalari esa muzey kolleksiyalaridan olingan ishonchli bilim va ma’lumotlarga ega bo‘ldi.

Zamonaviy texnologiyalarning joriy etilishi sharoitida axborot bo‘shlig‘ini to‘ldirishni istagan har qanday muzey yangi kommunikatsiya vositalarini, xususan Internet va raqamli kompyuter tarmoqlarini inobatga olishi zarur. Ushbu platformalar asosan yangi axborot makonini shakllantiradi, bu esa odamlarga quyidagi imkoniyatlarni taqdim etadi:

- soniyalar ichida bir vaqtning o‘zida minglab insonlar bilan aloqa o‘rnatish;
- masofadan turib kompyuter ma’lumotlar bazasiga kirish va kerakli materiallarni olish;
- muhokama platformalarida ishtirok etish va turli mavzular bo‘yicha, shu jumladan interfaol formatda, fikr almashish.

1. Veb-sahifa (sayt)

Muzey uchun veb-sayt yaratish – bu uning faoliyati, loyihalari va tadbirlari haqida axborotni doimiy ravishda yangilab turish imkonini beradi. Saytning interfeysi va mazmuni har tomonlama, tushunarli va jozibador bo‘lishi lozim. Bu yerda tomoshabinlar nafaqat ko‘rgazmalar jadvali, balki virtual ekskursiyalar, taqdimotlar va multimediali materiallar bilan ham tanishishlari mumkin. Shuningdek, saytda onlayn chipta sotib olish, savol-javob bo‘limi va hatto elektron tovar do‘koni ham joylashishi mumkin.

FOR AUTHOR USE ONLY

2. Elektron pochta (e-mail)

Elektron pochta orqali muntazam axborot byulletenlari tarqatish – bu sodiq tomoshabinlar va yangi auditoriyani jalb qilishning samarali usuli. Byulletenlar orqali yangi ko‘rgazmalar, maxsus tadbirlar, chegirmalar yoki eksklyuziv kontent haqida xabarlar yuboriladi. Shuningdek, elektron pochta aloqalarni shaxsiylashtirish imkonini beradi, masalan, turli auditoriya guruhlari uchun maxsus takliflar tayyorlash.

3. Matbuot uchun onlayn bo‘lim (Press-room)

Veb-saytda matbuot uchun maxsus bo‘lim yaratish – bu jurnalistlar uchun kerakli ma’lumotlarni tez va qulay tarzda taqdim etish imkonini beradi. Bu bo‘limda yuqori sifatli fotosuratlar, videolar, press-relizlar, ma’lumotnomalar va mutaxassislar bilan bog‘lanish uchun kontaktlar joylashishi mumkin. Bunday yondashuv OAV bilan munosabatlarni soddalashtiradi va muzey haqida ijobiy publisitika yaratishga yordam beradi.

4. Muzey tarmog‘i (Intranet)

Muzey ichki tarmog‘i (intranet) xodimlar o‘rtasida samarali muloqot va hujjatlarni boshqarish uchun zarurdir. Bu platforma orqali xodimlar yangiliklardan xabardor

bo‘lishlari, loyihalar bo‘yicha hamkorlik qilishlari va muhim ma’lumotlarga tezda kirishlari mumkin. Intranet tizimi muzeyning ichki jarayonlarini optimallashtirishga va jamoa ishini muvofiqlashtirishga yordam beradi.

5. Elektron tijorat (e-commerce)

Onlayn tijorat imkoniyatlari muzeyga qo‘shimcha daromad manbai yaratish imkonini beradi. Veb-sayt orqali chiptalar, suvenirlar, kitoblar va boshqa mahsulotlarni sotish mumkin. Bundan tashqari, a’zolik to‘lovlari, homiylik yoki xayriya mablag‘larini yig‘ish kabi imkoniyatlar ham amalga oshirilishi mumkin.

6. Rivojlantirish (upgrade)

Texnologiyalar doimiy ravishda rivojlanib borayotgani sababli, muzey veb-resurslarini muntazam yangilab va takomillashtirib turish zarur. Bu nafaqat dizayn va funksionallikni, balki xavfsizlik tizimlarini ham o‘z ichiga oladi. Yangi texnologiyalar, masalan, sun’iy intellekt yoki kengaytirilgan reallik (AR) vositalaridan foydalanish, tomoshabinlar uchun yanada boy va interfaol tajriba yaratishga yordam beradi.

Internet va raqamli texnologiyalardan foydalanish nafaqat muzeyning tashqi ko‘rinishini yaxshilaydi, balki uning ma’lumotlarni tarqatish, auditoriya bilan o‘zaro munosabatlar va ichki jarayonlarni boshqarish qobiliyatini sezilarli darajada oshiradi. Bu esa, o‘z navbatida, muzeyning zamonaviy jamiyatda muhim madaniy va ta’limiy markaz sifatida o‘rnini mustahkamlaydi.

FOR AUTHOR USE ONLY

aniq; mavzu buyicha muntazam asosda yangiliklarni, press-relizlarni olishi mumkin.

Muzey Internetda uz veb-saxifasiga ega bo‘lishi, uni davriy ravishda yangilab borishi mumkin. Buiday saxifaga ega bo‘lgan muzey uz kompyuter foydalanuvchilarini faoliyatning joriy va istikbolli yo‘nalishlari haqida xabardor qilishi, bulajak tadbirlar anonsini junatshpi mumkin; muzey telekonferen- siyalarda ishtirok eta turib, uz professional imijini kullab- kuvvatlaydi va xizmatlarini reklama qiladi.

Professional guruxdarni, nьioz-grupp va baxslashuv jarayon- larining asoschilari bulmish ko‘p ming sonli xalkaro jamoat- chilikni xabardor qilish, bu guruxdarda g‘oyalarni va manfa- atlarni ilgari surish uchun Internetdan foydalanish PRni eng

istikbolli va kudratli vositaga aylantirdi. Butun dunyoda foydalanuvchilar auditoriyasi sonining ueyshi Internetni glo- bal ommaviy axborot vositasiga aylantirmokda.

Ta'kidlash joizki, bugungi kunda pablisiti muzeyning PR xizmati faoliyatidagi eng o'rinli shakldir. Chunki OAVlar xamisha doimo axborotga zaruriyatni xis qiladi, shu sababli muzeylar OAVga madaniyat uchun berilgan joyni barcha maqbul vositalari bilan tuldirishlari mumkin va shunday qilishlari kerak. Muzeyning o'z imijini shakllantirish faqatgina o'z faoliyati hisobiga emas, balki u boshqa tashkilotlarga ham o'zlarining kommunikatsiya va tasvir yaratish jarayonlarida yordam berish orqali amalga oshirilishi mumkin. Bunga qo'shma ko'rgazmalar, hamkorlikdagi loyihalar yoki birgalikda tashkil etiladigan madaniy dasturlar misol bo'la oladi. Shu bilan birga, muzeyning PR faoliyatida faqat madaniyat sohasiga tegishli bo'lmagan, boshqa soha va tarmoqlardagi tashkilotlar ham faol ishtirok etishi mumkin. Muzeylar, muzey komplekslari butun shaxar xayotiga ta'sir ko'rsatgan xolatlar juda ko'p.

Muzey OAVga kdncha ko'p murojaat kilsa, OAVda buiday ishonchli manbadan axborot olish istagi shuncha ko'p bo'ladi. Agar muzey axborotining keng omma uchun to'liq yetib bormasligi muammosini esga oladigan bo'lsak, OAVlar bu muammoni xal qilishga yordam berishlari mumkin: reportyorlarning uzlari o'ziga xos muammolarni tomoshabinlarga va tinglovchilarga tushunarli tilda izoxlab berishga tayyordirlar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Quruq zerikarli matndan sochish uchuy uni axborot muljallangan auditoriyaga moslashtirish kerak. Yangiliklarni shirali tilda, mantikiy aniq shaklda berish kerak. Uz fikrini aniq va asosli ifodalay oluvchi shaxe katta muvaffaqiyatga erishadi.

Madaniyat soxasida yuzlab kizikarli yangiliklar bo'lishiga qaramasdan muzey axborot o'quvchi uchun eng foydali bo'lib ko'rinishi kerak. Yangilikning global tusda bo'lishi shart emas, ba'zan xdmma narsaga maxdlliy nuqtai nazardan qarash foydalidir.

Kommunikatsiya — ikki tomonlama jarayondir: iste'molchilar talabi muzey taklifini keltirib chiqaradi, muzey yangiliklari kishilarni urab to'rgan xdyotga ta'sir ko'rsatadi.

Ommaviy axborot vositalariga yuboriladigan materiallar qisqa, lo'nda va mazmunli bo'lishi zarur. Odatda, eng muhim yangiliklarni ifodalash uchun optimal vaqt 2 daqiqadan oshmasligi, hatto 30-40 soniya oralig'i eng maqbul hisoblanadi. Har

qanday xabar, hatto juda qisqa bo‘lsa ham, o‘zida dinamiklik va ma’lumotli mazmunni tashishi kerak. Bu esa, o‘z navbatida, muzey uchun doimiy publisitik ta’sirni ta’minlaydi.

Tomoshabinlarning e’tiborini jalb qilish uchun oddiy yangiliklardan tashqari, muzey maxsus tadbirlarni tashkil qilishi mumkin. Bunday tadbirlarning mohiyati – odatiy va kutilgan kun tartibini izchillik bilan o‘zgartirib, jamoatchilik diqqati markaziga aylanishdir. Ommaviy axborot vositalari bilan aloqalar doirasida quyidagi maxsus tadbirlar tashkil etilishi mumkin: yangi ko‘rgazmalar taqdimoti, tantanali ochilish marosimlari, ochiq eshiklar kuni, qabul marosimlari, konferensiyalar va davra suhbatlari. Taklif silinuvchilar tarkibi rangbarang bo‘lishi mumkin-mashxur siyosatchilardap tortib sport yulduzlarigacha, shou-biznes vakillarigacha; OAVlar va keng jamoatchilik xam ishtirok etadi. Maxsus tadbirlar taassurotlarni bevosita almashish, erkin fikr-mulohazalar bildirish, yangi hamkorlik aloqalarini barpo etish, shuningdek, samarali muloqot va bir vaqtda reklama imkoniyatini ta’minlaydi.

Publisiti — bu imijni muvaffaqiyatli shakllantirishning asosiy vositasi va kalitidir. Muzey uchun imij deganda nimani tushunish kerak? Bu, bir tomondan, kundalik mehnat natijasidir. Boshqa tomondan, u jamoatchilik ongida yorqin iz qoldirgan g‘ayrioddiy va esda qolarli tadbirlarning aksidir. Shuningdek, imij ommaviy axborot vositalarining doimiy qamrovi va fuqarolik jamoatchiligining ijobiy bahosini o‘z ichiga oladi. Nihoyat, bu taklif etilayotgan xizmatlarning yuqori sifat darajasi va ishonchliligini anglatadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey nafaqat moddiy, balki ma’naviy foyda ham ko‘radi: uning muhiti va imijini shakllantirishda ishtirok etgan tashrifchilar, muvaffaqiyatli tajribadan so‘ng, muzeyning ko‘ngilli tarafdorlari, vakillari va doimiy hamkorlariga aylanadilar.

Agar qandaydir vaziyatda bevosita daromadlar hamda muzeyning nufuziii va mashhurligini oshirishni tanlashga to‘g‘ri kelsa, bunda albatta hamisha ikkinchisini tanlash to‘g‘ri bo‘ladi, chulki bu muzey ega bo‘lgan bosh sarmoyadir.

Pablisiti qancha yuqori bo‘lmasin u sifatsiz xizmatdan olingan ta’surotni sillikday olmaydi. Muzey muditi, uning ichki tuzilishi, uni urovni mudit xam muzeyning ijobiy imijiii shakllantirishga ta’sir ko‘rsatadi. Shu sabali muzey eng sifatli narsalarni taqdim

qilishi kerak. Bayon dilipgan imtiyozlar amaliy ishlarda uz aksini topishiga harakat qilish kerak.

Imij statik tushuncha emas, balki dinamik va o‘zgaruvchan bo‘lib, uni qayta shakllantirish yoki yangilash imkoniyati mavjud. Muzeyning imijini nafaqat uning davrlik ijobiy baholari yoki aniq harakatlar dasturlari, balki shuningdek, muzey mahsulotlarida namoyon bo‘ladigan korporativ uslub va "brend" identifikatori ham shakllantiradi. Professional tayyorlangan muzey nashrlari, videolavhalar va zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish natijasida yaratilgan boshqa materiallar bir vaqtning o‘zida reklama vositalari va muzeyning "vizit kartasi" vazifasini bajaradi. Firma stili uni osonlik bilan bilib olishga, uning o‘ziga xos imiji nafaqat muzeyda bo‘lganlar uchun, balki, uning tadbirlarida, ko‘chma ko‘rgazmalarida ishtirok etganlar uchun ham tushunarli bo‘lishga yordam beradi.

Taqdimot vosigasi mahsulotning tarkibiy qismi bo‘lgan muzeyda reklama juda muxim rol uynaydi. U nafaqat tashrif buyurshnning bevosita rag‘batnisi sifatida ta’surotlarni shakl- lantirish vosigasi sifatida xam adamiyatlidir. Muzey imiji shakllantirishga yordam beradigan uzok muddatlik muzey reklamasi effekti bir ladzalik muvaffadiyatga nisbatan muhim hisoblanadi. Reklama faoliyatiga tasodifiy yoki sirtqi yondashish mumkin emas. Uni yuqori professional darajada chuqur o‘ylab, batafsil ishlab chiqish va muzey uchun yagona strategiya asosida amalga oshirish talab etiladi. Hech qanday holatda ushbu jarayonni iqtisod qilish yoki unga cheklangan resurslar ajratish maqsadga muvofiq emas. Reklama — bu fakat muzey ishi xaqidagi axborot aks etgan ko‘chma taxtalar emas. Muzey do‘konidan sotib olingan katalog, sovg‘a, videofilm, xatto ular uralgan sellofan paket reklama qilish rolini bajarishi mumkin. Muzeydan tapщariga chikdanda bu emblematik nomalar muxim ishni qiladi — ularni sotib olgan kishiga uning muzeyga tashrif buyurganligini eslatib turadi, yo‘lda duch kelgan xar bir kishiga esa muzeyning mavjudaigini eslatadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzey potentsial auditoriyasini doimiy ravishda kengaytirish imkoniyatiga ega, chunki zamonaviy dunyoda bilim tarqatish uchun geografik chegaralar deyarli yo‘qolgan. Televidenie, video materiallar, elektron kataloglar va boshqa raqamli

kommunikatsiya texnologiyalari muzeyga fizik to‘siqlarni engib, yangi tomoshabinlar guruhlariga yetib borish imkonini beradi.

PR-kampaniyasini rejalashtirish va amalga oshirish strategik yondashuvni talab qiladi. PR faoliyati aniq belgilangan maqsadlarga yo‘naltirilishi va tashkilotning boshqa funksional yo‘nalishlari bilan uzviy bog‘liq bo‘lishi kerak.

Doimiy yoki davriy PR ishlarini boshlashdan oldin, tashkilotning ichki va tashqi muhiyini, shuningdek uning ustuvor maqsadlarini har tomonlama tahlil qilish va baholash zarur.

Quyida PR rejasini strategik asosda tuzishning namunasini ko‘rib chiqamiz.

1. Holat tahlili

Muzey shahar miqyosida taniqli madaniy muassasa hisoblanadi, ammo innovatsion dasturlari va keng auditoriyasi bilan ajralib turuvchi "N" madaniyat markaziga nisbatan raqobatbardoshligini yo‘qotgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

2. Missiya va asosiy maqsad

Muzey g‘oyalar va loyihalar bo‘yicha yetakchi bo‘lishga intiladi, shu orqali madaniy landshaftda yetakchi o‘rinni egallashni maqsad qiladi. Erishish muddati – 18 oy.

3. PR ning o‘ziga xos maqsadlari

- "N" madaniyat markazi bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish va strategik sherik sifatida ishlash (12 oy).
- Muzey xodimlari va ichki auditoriya qatlamida ijobiy va yagona korporativ imijni shakllantirish (6 oy).

4. PR strategiyasi

Shahar madaniy muhitida yetakchi mavqega erishish uchun zarur bo‘lgan yagona va samarali kommunikatsiya tizimini yaratish.

5. PR dasturi va taktik harakatlar

- Tashqi va ichki auditoriyalar uchun alohida kommunikatsiya modellarini ishlab chiqish (2 oy).
- Mavjud aloqa kanallari va usullarini audit qilish va ularni takomillashtirish bo‘yicha amaliy chora-tadbirlar ishlab chiqish.

bo‘yicha tavsiyalar ishlab chidish. Muddat 12 oy.

Tipik PR-kampaniyani rejalashtirish quyidagi bossichlardan iborat bo‘ladi:

1 .Muammoni kulyd qilish. Vaziyatni umumiy tavsiflash: uning sabablarini, jalb qilingan guruxdarni, muzey nudgai nazarini, vodealarning rivojlanish tarixini va maqsadga erishish yo‘lidagi tusidlarni ko‘rsatish.

2. *Maqsadga erishish bo‘yicha takliflar.* Maqsadga danday erishishni ko‘rsatuvchi strategiya, darakat modellari shaqllantiriladi. PR vositalari apidlashtiriladi; duyidagilar taqliflarning dismlari bo‘lishi mumkin:

- maqsadli auditoriyalar
- asosiy xabarlar — anid murojaatlar. Viz uz auditoriyamizga nimani danday aytamiz? Ular bizpi dis qilishlari uchun nimani xoxdaymiz? Nimani uylash kerak?
- kommunikatsiya vositalari
- loyidani amalga oshirish bo‘yicha jamoa
- tadbirning vadg chegaralari va unta ketadigan

xarajatlar.

3. *Taktik sarorlar.* Xdrakatlarning aniq; rejasi, aniq muddatlar va ijrochilar. Modiyatan bu kompaniya rejasining mazmunidir.

4. *Bauolash usullari.* Ular kampaniya natijalarini badolashga imkon beradi, undan duyidagi savollarga javob olinadi: kampaniya maqsadiga erishdimi va day darajada; jamiyatning e’tirofiga sazovor bulindimi; kampaniya natijasida jamoatchilik, iste’molchilar, davlat tuzilmalari tomonidan muzeyga nisbatan munosabat o‘zgardimi?

Tashrifchilarning son middorini taxlil qilish, OAVlarni kontent taxlildan o‘tkazish, surovlar, xodimlarning disobotlari badolash metodlari qatornda bo‘lishgi mumkin.

PR-bulinma va uning xodimlari. Muzey PR-bulinmaga, jamoatchilik bilan alodalar bo‘yicha ayrim mutaxassislarga zga bo‘lishi, maxsus agentliklarning xizmatlaridan foydalanishi yoki ekspertlarni taqlif qilishi mumkin.

Yaxshi PR mutaxassis qator sodalarda malakali bulshi lozim. Bu — madaniyat, tarix, falsafa, ijtimoiy psixologiya, muzey ishi sodalaridir. Ommaviy axborot vositalarini, taddid qilish metodlarini bilish va matn tuza olish kunikmasiga ega bo‘lish zarur. Shuningdek, idoraviy ishlardan, o‘zgaruvchi siyosiy muhitda ta’sir ko‘rsatish va

FOR AUTHOR USE ONLY

manyovr qilish metodlaridan xabardor bo‘lish dam juda mudimdir. Meiejmentni, uning vazifalari va metodlarini bilish zarur.

Kommunikativ yunalganlik, jamoatchilik bilan muloqot qilishni istash va ommaning yuz berayotgan vodealarni bilish dukukini durmat qilish PR bo‘yicha mutaxassisning mudim shaxsiy tavsiflari hisoblanadi. PR bo‘yicha amaliyotchi muta-xassis agar to‘g‘ri deb disoblasa, uz muassasasining pozitsiyasini dimoya qilishga intilishi kerak. Bundan tashqari tavakkalga tayyor turish, diziduvchanlik, dat’iy e’tidodning mavjudligi dam mudimdir.

Marketing va kommunikatsiya bo‘yicha bu maxsus bo‘limning ekspozitsiyami rejalashtirish, tashkil etish, ommani jalb qilish va muzey nufuzini yaratish borasidagi roli naqadar kattaligini isbotlashga zarurat mavjud emas. Ammo kommunikatsiya siyosatini ishlab chidish — doimiy kuch-gayrat va intilishni talab diluvchi kundalik iivdir. Faqat sabot bilan qilingan mexnatgina uzoq muddatli samaraga umid qilishga imkon beradi. Muzeyning tashki xizmatlari va PR bo‘yicha maxsus bo‘limlari birgalikdagi kuch- gayratlar bilan muvaffakiyatni ta’minlaydilar. Yuqorida bildirilgan fikrlardan chiqarilgan xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, Pablik Rileyshnzning muzeylar faoliyatini yangi boskichga ko‘tarishdagi o‘rni bekiyosdir. Chunki o‘zgarayotgan zamoy, jamiyat taradkdyoti, odamlar didi va istaqlarining usayotganligi, ma’naviy extiyojlarining o‘zgarayotganligi muzeylar faoliyatiga yangicha yondashuvlarni takozo etadi. Asosiysi muzeylar xdyotimizda kechayotgan bu tabiiy jarayonlarni va ularning mohiyatini uz vaqtida va to‘g‘ri ilgay olishi, anglay bilishi, xis qilishi hamda uz ish faoliyatini ana shu asosda tashkil qilishi maqsadga muvofiq bo‘lar edi. Aks xolda muzeylar mamlakatimiz raxbari qayta-qayta ta’kidlayotganidek, haqiqiy ma’naviyat-ma’rifat, bilim uchogi emas, balki ko‘pchilik nazarida bir marta ko‘rishga arziydigan eski-tuski buyumlarning shunchaki omborxonasiga, yaxshi xolatda esa ko‘rgazmasiga aylanib koladi. Bunga yo‘l kuymaslik esa, Pablik Rileyshnzning asosiy vazifalaridan biridir. Ko‘pgina muzey xodimlari o‘z muassasasi uchun brend yaratish zarurligini, aslida muzey tijorat korxonasi emasligini ta’kidlab, qayta-qayta savol berishadi. Tijorat sohasida brend shakllantirish tamoyillarini madaniy tashkilotlar ehtiyojlari va maqsadlariga qanday moslashtirish mumkin?

FOR AUTHOR USE ONLY

Ushbu ma’ruzada yigirma yillik davr mobaynida Britaniya muzeylari bilan hamkorlikda olib borilgan ish natijalaridan kelib chiqqan holda, Rossiya muzeylari tajribasining ayrim jihatlari yoritilgan.

Biz uchun bu ilgor muzey amaliyotchilari bilap muloqotda muzey brendlari mavzusida baxslashuvlar olib borish uchun makon yaratish imkoniyatidir. Ushbu taqdimotda brendni yaratish ishidagi ayrim umumiy qonuniyatlar, Buyuk Britaniyada muzey timsolini rivojlantirish bo‘yicha bir necha misollar keltiriladi. Misol sifatida nafaqat uncha katta bo‘lmagan mintakaviy muzeylar, balki Londondagi yirik muzeylar tajribasi taxdil dilinadi.

Buyuk Britaniya muzey sohasida yetakchi mamlakat sifatida tan olingan. Britaniyaliklar o‘zlarining madaniy merosiga nisbatan mas’uliyatli munosabati bilan ajralib turadi, bu xalqaro hamjamiyatda ham keng e’tirof etilgan. Mamlakat madaniyat sanoatini rivojlantirish bo‘yicha global yetakchilik mavqeiga da’vo qiladi, bu qisman uning brend yaratish, shu jumladan muzeylar kontekstida ushbu texnologiyalarni qo‘llashdagi yutuqlari bilan izohlanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Buyuk Britaniyada hukmron bo‘lgan Leyboristlar partiyasining siyosiy dasturida muzeylarning ta’lim, madaniyat va iqtisodiyotdagi o‘rni alohida ta’kidlangan. Hukumat soha mutaxassislari bilan hamkorlikda muzey faoliyatining asosiy vazifalari va tamoyillarini ishlab chiqdi.

Ammo biz muzeylar brendi bo‘yicha mumkin bo‘lgan yechimni topish bilan bog‘liq ko‘p ko‘tariladigan asosiy masalalarga to‘xtalib utamiz.

1. Brend nima va brend aynanligi danday bo‘ladi?
2. Brend tashkilotga nima berishi mumkin?
3. Uz brendingizni rivojlantirish.
4. Brendam rivojlantirish.
5. Brendni qo‘llab-quvvatlash.
6. Brendni kengaytirish va xar xil «shipshitib, yo‘l ko‘rsatishlar».

Brend tashkilot logosi yoki shunchaki uning vizual identifikatori emas. Logo brendning faqat bir ko‘rinishidir, lekin brendning o‘zi bu ko‘rinishdan ancha kengroq

tushunchadir. Brend, asosan, tashkilotning jamoatchilik ongidagi ruhiy qabul qilinishi va hissiy munosabatidir.

Tomoshabin muzey bilan o‘zaro aloqaning har qanday nuqtasida (bu ekspozitsiya zali, kafe yoki hatto kiyinish xonasi bo‘lishi mumkin) muassasa haqidagi an’anaviy obraz bilan shaxsan duch keladi va shu orqali o‘zining dastlabki taassurotlari va tushunchalarini shakllantiradi. Muzeyning auditoriyasi bilan aloqa nuqtalari uning asosiy elementlarini o‘z ichiga oladi: kolleksiyalar, ta’lim dasturlari, do‘kon, veb-sayt, yorliqlar va boshqa materiallar, shuningdek xodimlar, ularning kiyimi, ko‘rgazmalar, kafe, bino, yo‘l ko‘rsatkichlari tizimi, bukletlar va afishalar.

Biroq, har bir insonning individual xususiyatlarini nazorat qilib bo‘lmasa-da, muzey tuzilmasi o‘z imijini ma’lum darajada shakllantirish imkoniyatiga ega. Agar muassasa o‘zini aniq va izchil taqdim etmasa, jamoatchilik o‘z tasavvurlari asosida muzey haqida mustaqil xulosa chiqaradi.

Muzey mahsulotlarining barcha turlarida izchil brendni taqdim etish muvaffaqiyatning muhim omillaridan biridir. Brend o‘zgarmas asosiy elementga ega bo‘lishi lozim, ammo turli kontekstlar va vaziyatlar uchun moslashuvchan bo‘lishi ham mumkin. Masalan, Londondagi Tabiiy Tarix Muzeyining auditoriyaga murojaat qilishdagi asosiy shiori “Ichkariga qarang” (“Take a look inside”)dir. Bu ibora nafaqat eksponatlar haqida, balki muzeyning o‘ziga xos gotika uslubidagi binosi bilan ham bog‘liq bo‘lib, tashrif buyuruvchilarni katta va noma’lum makonni o‘rganishga chorlaydi. Binoning bezakli kirish qismi ham, o‘ziga xos uslubda, tashqi tomondan muzeyga taklifnoma sifatida xizmat qiladi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Ko‘pgina muzey xodimlari tez-tez shunday savol berishadi: brend tashkilot uchun qanday aniq afzalliklar keltiradi? Bu, birinchi navbatda, muhim marketing vositasi hisoblanadi: yaxshi shakllangan brend jamoatchilikka muzeyning yuqori malakali muassasa ekanligini, unga sarmoya kiritish qimmatli ekanligini (donorlar va homiylar uchun), noyob kolleksiyalarni o‘zida saqlashini (tomoshabinlar uchun) yoki unda ishlash jozibadorligini (potentsial xodimlar uchun) etkazadi. Shuningdek, samarali brend iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ijobiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin: tashrifchilar sonining

o‘shishi yoki muzey nashrlarini sotishning kengayishi kabi. Boshqacha qilib aytganda, brend muzeyni raqobatbardosh va o‘ziga xos tajriba taklif qiluvchi tashkilotga aylantiradi.

Brendni qanday rivojlantirish mumkin va bu jarayon Britaniya muzeylarida qanday amalga oshiriladi? Odatda, muzey ichida 10 kishigacha bo‘lgan guruh ishtirokida seminarlar tashkil etiladi. Ishtirokchilar ilmiy-tadqiqot, marketing, nashriyot va boshqa bo‘limlarning tajribali mutaxassislaridan iborat bo‘lib, ular umumiy muhokamaga o‘z hissalarini qo‘shadilar.

Muhokama quyidagi tuzilish bo‘yicha olib boriladi:

* **Identifikator:** Muzey nimani ifodalaydi? Biz qanday tashkilotmiz?
* **Maqsad:** Nima uchun mavjudmiz?
* **Vazifalar:** Missiyamizni amalga oshirish uchun qanday aniq vazifalarni belgilaymiz?
* **Strategiya:** Ushbu vazifalarni qanday amalga oshiramiz?
* Brending: uz ko‘rgazmalarimizni qanday qilib sezilarli yoki ko‘rinarli qilish kerak?

FOR AUTHOR USE ONLY

Seminarga dushimcha ravishda albatta sotsiologik taddixot (tomoshabinlar o‘rtasida surov) o‘tkaziladi, uningn ahamiyati haqida keyinrox gapirib utiladi.

Britaniya muzey amaliyotidan bir misol keltiramiz — Buyuk Shimoliy Muzey (Great North Museum). Muzey xodimlari muzey brendi ustida ishlash jarayonida godorida sanalgan savollarning ayrimlariga xuyidagicha javob berishdi:

* Tashkilot sifatida biz nima hisoblanamiz? Biz Buyuk Shimoliy Muzey ajabtovur va uxshashi yo‘q ashyolarning muxofizxonasi bo‘lishini; tomoshabinlar uchun ajoyib joy bo‘lishini; mintada tarixini xikoya diluvchi sayyodlar dadamjosi bo‘lishini; noyob kolleksiyalarga ega bo‘lgan “tirik” muzey bo‘lishini istaymiz.
* Nima uchun biz mavjudmiz? Maqsadimiz kolleksiyalarni bulgusi avlodlar uchun asrashdan, bu noyob kolleksiyalarning tarixiy va ilmiy ahamiyatini tushunishnp daror toptirishdan, bu bilan ularga yangi dayot nafasini ochishdan iboratdir. Muzey uz

missiyasida nimani aynan ta'kidlashni istaydi? Muzeyda olingan tajriba tomoshabinlarni ruxdantirishi va ular «K,anday zur! Biz yana kelishni istaymiz» deyishi kerak. (Muzey o'qituvchilar, maktab o'qvchilar va boshda maqsadli auditoriyalar o'rtasida tardatadigan bosma maxsulotlarda yoshlar madaniyati leksikasidagi «Wow!» so'zidan foydalaniladi).

* «Siz nima uchun muzeyga tashrif buyurasiz?» mavzusidagi sotsiologik surovdan keyin quyidagi javoblar olindi: «Unda dar doim ko'rish mumkin bo'lgan nimadir ligi narsa bo'ladi»; «Juda ajoyib joy deb eshitdim».

* Muzey ichida seminar tashkil qilish va auditoriya o'rtasida jiddiy surov o'tkazishdan muzey nima maqsadni kuzlamokda? Muzey javobni quyidagi tarzda ifodaladi: yoshiga qaramasdan udishni istovchilarning extiyojlarini qondirish.

Seminar doirasida javobni duyidagicha ifodalashlar dam paydo bo'ldi: «Muzey ekspozitsiyalari va xizmatlari tomoshabinlarning talablariga mosligiga muzey merosi bilan tanishuvga tent imkoniyat borligiga ishonch x,osil qilgan dolda tomoshabinlar bilan ishlash»; «Yudori saviyali muzey xizmatlarini taqdim qilish»; «Barcha tomoshabinlar uchun muzeyning tula ochidpigini ta'minlash».

Sotsiologik surov doirasida «Muzeyni danday ko'rishni xoxdardingiz?» degan savolga duyidagi javoblar berildi: dayajonga soluvchi, ma'rifiy, zamonaviy, ragbatlaptiruvchi, ma'lumot beruvchi, jozibador. «Muzeyni danday ko'rishni xoxdamas edingiz?» degan savolga quyidagi javoblar berildi: zerikarli, elitar, zeki, ruxni chuktiradigan va dokazo.

Shunday qilib, brend ustida ishlash jarayonida ikki vositadan — muzey ichida tashkil dilinadigan seminar dan va tomoshabinlar o'rtasida surov o'tkazishdan foydalanish mumkin; bunda rasmiy intervyu o'tkazish va mipglab tomoshabinlarga anketa tardatish butunlay shart emas; keyingi vadglarda muzey amaliyotida tadqiqotlarning sifat usullaridan foydalanilmoqda (masalai, insonning muzey makonidagi individual tajribasini ko'rib chikuvchi uzoq intervyular). Muzey ichida tashkil dilinadigan seminar ishi natijalarini va tomoshabinlar o'rtasida surov o'tkazish natijalarini o'zaro mosliklarni anidlash uchun diyoslash ishning kulminatsion ladzasi hisob- lanadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Brend qanday tarzda rivojlantirilishi mumkin? Buni katta bo‘lmagan mintaqaviy muzey misolida ko‘rib chiqamiz. Shetland orollaridagi muzey o‘z oldiga yillik tashrifchilar sonini oshirish maqsadini qo‘ygan (30 ming tomoshabin). Muzey yangi bino qurishi uchun milliy lotereyadan moliyaviy grant oldi. Loyihachilar muzey brendini nafaqat orollar besh ming yillik tarixiy ildizlariga, balki zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy realiyalarga ham mos ravishda yangilash vazifasini oldilar. Muzey mahalliy aholi uchun iftixor manbai bo‘lishi kerak edi.

Loyihachilar binoning jabhasidagi yelkan shaklidagi konstruksiyani brendning vizual asosiy elementi sifatida belgilashdi. Ushbu element butun brend identifikatsiyasida asosiy o‘rinni egalladi: logoda, yo‘l ko‘rsatish tizimida, suvenirlar va nashrlarda qo‘llanildi. Brendning izchilligi – ranglar, shriftlar va uslubdan tortib, nashrlar va tashqi reklamalarga qadar har qayerda bir xil qo‘llanilishi – juda muhim edi. “Brendni boshqarish maxsus qoidalar majmuini talab qiladi: bino orqasiga reklama plakatlarini joylashtirishdan tortib, asosiy toshni qo‘yishgacha bo‘lgan barcha jarayonlar bu qoidalarga bo‘ysunishi kerak. Bu shuni anglatadiki, tashkilotning o‘ziga xosligi uning faoliyatining har bir jabhasida namoyon bo‘ladi”.

FOR AUTHOR USE ONLY

Keyinchalik Shetland muzeyi o‘z brendini kengaytirdi va uni butun orollar madaniy merosi brendi bilan uyg‘unlashtirdi. Hozirda deyarli barcha nashrlarda yelkanli konstruksiya tasviri Shetlandni eng qiziqarli sayyohlik yo‘nalishlaridan biri sifatida tasvirlashda qo‘llanilmoqda.

2007-yil yozida Angliyaning shimoli-sharqidagi 81 ta muzey tomonidan o‘tkazilgan ijobiy muzey imijini yaratish kampaniyasi yana bir namuna bo‘la oladi. Kichik mintaqaviy tarixiy-o‘lkashunoslik muzeylarining imkoniyatlari haqida keng jamoatchilikni xabardor qilish va birgalikda tomoshabinlarni jalb qilish vazifasi qo‘yildi. Dastlab, kampaniya doirasida quyidagi auditoriya guruhlari aniqlandi va ular orasida so‘rov o‘tkazildi: oilalar; tez-tez muzeyga tashrif buyuradigan katta yoshli qatlam; madaniyatga qiziqqan, lekin kam tashrif buyuradiganlar; va 25-34 yosh oralig‘idagi ijtimoiy faolligi past bo‘lgan, lekin boshqa madaniy faoliyat turlariga qiziqqan shaxslar. So‘rov natijalarini tahlil qilgandan so‘ng, “Men muzeyni shuning

uchun sevamanki, chunki u…” shiori ostida veb-sayt yaratildi va eng yaxshi iboralar uchun tanlov e’lon qilindi.

Ikki oylik kampaniya davomida, maktab ta’tillari bilan bog‘liq holda, saytga tashrif buyuruvchilar soni 32 mingdan oshdi va 148 mingdan ortiq ibora yuborildi. Ba’zi shiorlar misollari: “Men muzeyni shuning uchun sevamanki, chunki u men fikrlashim mumkin bo‘lgan joydir”; “Men muzeyni shuning uchun sevamanki, chunki u men o‘zimni boladek his qiladigan joydir”; “Men muzeyni shuning uchun sevamanki, chunki u men ilhom topadigan joydir”.

Bu misol, tomoshabinlarni faol ishtirok ettirish orqali muzey imijini qanday samarali shakllantirish mumkinligini ko‘rsatadi. Bu tomoshabin uchun foydali, chunki u olingan tajribani ramziy darajada o‘zlashtiradi va uni boshqalar bilan baham ko‘radi. Biroq, tomoshabinlar bilim darajasi va tajribasi har xil bo‘lgani uchun, auditoriyani segmentlarga bo‘lish va har bir guruhga alohida yondashish kerak.

Brend nafaqat tashqi mijozlar, balki muzey faoliyatiga bevosita yoki bilvosita aloqador bo‘lgan barcha tomonlar uchun muhimdir: xodimlar, “Muzey do‘stlari” klubi a’zolari, homiylar, bitiruvchilar, o‘quvchilar, korporativ hamkorlar, ko‘ngillilar, oilalar, ma’muriyat, vasiylar kengashi, mahalliy jamoatchilik vakillari, ommaviy axborot vositalari, hokimiyat organlari, yosh mutaxassislar va boshqalar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xullas, yuqorida bayon qilinganlarni yakunlay turib, brendni yaratish ustidagi ishda yordam berishi mumkin bo‘lgan fikrlarni Quyidagicha ifodalasak bo‘ladi:

* Brendni yaratadigan fanlararo jamoani tuzish.
* Tashkilotga tomoshabin kuzi bilan darash imkoniyati.
* Brendning tashkilotning ish uslubi va qadriyatlariga mos kelishi.
* Brendni taqdim qilishdagi uzviylik.
* Brendni tashkil diluvchi aynan qanday «paket» yaratilayotganligini aniq tasavvur qilish.

Xalqaro muzeylar amaliyotida brendning vizual ifodasining ahamiyatini tasdiqlovchi bir nechta misollar mavjud:

Nyu-Yorkdagi Zamonaviy San’at Muzeyi (MoMA, AQSh). Bir necha yil oldin MoMA binosi rekonstruksiya qilinishi munosabati bilan vaqtincha yopildi. Muzeyning

vaqtinchalik joyini o‘zgartirish zarurati tug‘ildi. Xodimlar muassasa imijini saqlab qolish va auditoriyani yo‘qotmaslik vazifasini oldi. Yechim sifatida: shahar muhitida MoMA brendini ifodalovchi grafik elementlar — piktogrammalar to‘plami yangilangan talqinda joylashtirildi. Shuningdek, logoga vaqtinchalik joylashgan Kvins tumanini aks ettiruvchi qo‘shimcha elementlar kiritildi.

Vena muzeylar kvartali (Avstriya). Ushbu hududning o‘ziga xos xususiyati tarixiy va zamonaviy binolarda joylashgan muzey, galereya va turli madaniy muassasalarning bir-biriga yaqinligidir. Mutaxassislar oldida hamma ishtirokchilarning manfaatlarini hisobga olgan holda kvartalning birlashtiruvchi brendini yaratish vazifasi turdi. Reklama kampaniyasi o‘tkazilib, muzeylar kvartali imidji butunlay yangilandi, ular shahar tarixida muhim o‘rin tutgan taniqli nomlar bilan bog‘landi.

Shimoliy Angliyadagi "Vays" Zamonaviy San’at Markazi. Ushbu markazning tashkil etilishi madaniyat orqali shaharni jonlantirish dasturining bir qismi edi. Brend sanoat me’morchiligi xususiyatlarini o‘zida aks ettiruvchi binoning o‘ziga xos tuzilishi va funksionalligi bilan bir vaqtda shakllandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Xulosa qilib aytganda, XXI asr muzeylari bugun zamon bilan hamnafas holda uz faoliyatini yangi yo‘nalishlar va yangi talkinda olib bormoqda. XX asr muzeylaridan va ayniqsa jamiyatidan farkli ularok uz xayotini jamiyat taraqqiyotidan orkada dolmagan xolda ildam kadam bosishiga undamokda. XX asr boshlarida ko‘plab xorijiy muzeylarning iqtisodiy axvoli zaiflashib borishi okibatida ba’zi muzeylarni to‘lov biletlarini joriy etishga, tanglikdan kutilishga xdrakat boshlandi. Aynan shu davrdan boshlab muzey marketingi va menejmenti iboralari paydo bo‘ldi. Muzeylar bozor rakobatiga dosh bera oladigan, tomoshabinlarni o‘ziga jalb kila oladigan loyixdlarga kul urdilar. Bu xolatlar muzey faoliyatida yangi marketing, menejment kabi iboralarni paydo bo‘lishiga olib keldi. Marketing va menejment muzeyshunoslikda yangi istiqbollarni belgilab berdi. Ushbu muammoning dolzarbligi quyidagi omillar bilan belgilanadi:

- Yangi bozor sharoitida zamonaviy muzeyning o‘zgargan ijtimoiy-madaniy rolini aniqlash va tasdiqlash zarurati;

- Muzey marketingining o‘ziga xos xususiyatlarini, ayniqsa, an’anaviy boshqaruv shakllarini mustahkamlashga qaratilgan jihatlarini o‘rganish yetarli darajada amalga oshirilmaganligi;
- Muzey xizmatlarini amalga oshirish va iste’molchi madaniyatining rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatuvchi ichki va tashqi muhit o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir tizimining murakkab tuzilishi;
- Tomoshabinlarning idrok xususiyatlarini hisobga olgan holda muzeyning ichki imkoniyatlarini baholash bo‘yicha etarli tadqiqotlar va usullarning yetishmasligi.

Shu sababli, muzey marketingi va uning reklama jihatlarini muhokama qilish nafaqat nazariy, balki amaliy nuqtai nazardan ham juda dolzarbdir. Ana shunday muhokama uchun asos sifatida ushbu bobda muzey marketingining tamoyillari va tashkiliy vazifalarini o‘rganish magsad qilib belgilandi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. *Dunyodagi eng mashhur muzey brendlarini aytib bering?*
2. *Muzey marketingining ahamiyatli tomonlari nimada?*
3. *Muzey marketingini tashkil etishda eksponatlatning ahamiyati qanday?*

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Kotler, P., & Kotler, N. G. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Managing Audiences, Generating Revenue and Resources. Jossey-Bass.2008

2. Rentschler, R., & Hede, J. Museum Management and Marketing: A Contemporary Approach. Routledge. 2012

3. Macnamara, J. Organizational Listening: The Missing Link in Public Relations. Peter Lang. 2018

13-MAVZU: MUZEYLAR RIVOJIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR.

REJA:

13.1 Muzeylada zamonaviy axborot texnologiyalarni qo‘llash.

13.2 Muzeylada innovatsion texnologiyalar.

13.3 Virtual muzeylar.

Tayanch so‘z va iboralar: *Siril Blek, Audiogid, ekskursovod, Informatsiya, Fond, ekspozitsiya, virtual gid, Sensor kiosklar, texnologiya, axborot, innovatsion, Virtual, zamonaviy.*

XXI asr muzeylar uchun innovatsiyalar asri deb belgilangan. So‘nggi yillar mobaynida muzeyshunoslar tomonidan ommaviy auditoriyani jalb etishdagi ko‘plab aktual masalalar ko‘rib chiqilmoqda. Mazkur masalalar yuzasidan muzeyni tashkil etuvchi ilmiy va ko‘ngilochar vositalari haqida, muzeyning atrof-muhit va jamiyatning rivojiga qay darajada ta’sir etishi haqida bir qator fikrlar yuritilgan. Muzeylarda elitar belgilardan ozod bo‘lib, o‘tgan asrning klassik konsepsiyasidan yiroqlashgan xolda, muzey materiallarini namoyish etishning yangi usullarini tadbiq etildi, madaniy-ta’limiy faoliyatning noan’anaviy dasturlarini ishlab chiqildi, maxsus muzey strukturalari yaratildi, qiziqarli turizm dasturlari yaratilmoqda. Muzeyshunoslik zamonaviylikning ijtimoiy va siyosiy muammolariga yuz tutdi. Yangi muzey konsepsiyasi mualliflari tomonidan esa muzeyda jamoa bilan kommunikatsiyaning yangi usullari joriy etilmoqda.

FOR AUTHOR USE ONLY

Zamonaviy hayotda muzeylar an’anaviy vazifalar va funksiyalardan biroz chetga chiqib, jamiyat xayotida aktiv ishtirok etishiga beruvchi yanada keng dasturlarni amalga oshirish kerak.

Zamon o‘zgargani sayin u bilan birga insonlarni ongi ham o‘zgarib bormoqda. Shu bois muzeylardagi eksponatlarga ham boshqacha ko‘z bilan qaraladigan bo‘ldi. Muzeylar bo‘sh vaqtni qiziqarli o‘tkazish mumkin bo‘lgan maskanga aylanib

bormoqda. Bu albatta muzey ishida eng yangi zamonaviy texnologiyalarning tadbiq etilishi natijasidadir. Ma'lumki, muzeylarda ekskursovod yordamisiz sayyoxlarning eksponatlar bilan tanishib chiqish oddiy tomoshabin uchun juda murakkab sanaladi. Sababi uni qanday qabul qilishi uning o'zigagina ma'lum. Ekspozitsiyani tomoshabinga to'liq stkazishda bir qator yangi innovatsion texnologiyalar xozirgi kunda muzey xayotidagi asosiy yangiliklardan biriga aylanib bormoqda. Muzey ishini yangi darajaga chiqarish zarur. Tomoshabinlarning qiziqishini oshirishga xizmat kiladigan innovatsion texnologiyalarni muzeylar boshqaruvida qabul qilish samarali natija beradi.

Sensor kiosklari tomoshabinlarga axborotlarni yetkazishda muxim vositalardan sanaladi. Bu tarzdagi axborot tizimlari tomoshabinlarga ekspozitsiyani, turli ko'rgazmalarni tanish- tirishda "virtual gid" vazifasini ham utaydi.

Turli axborot tizimlari va sensor kiosklaridan foydalanish muzeylar to'g'risida ma'lumotlarii to'g'ri yetkazish sifat darajasini oshirmokda. Tomoshabin muzeyda o'ziga qiziq bo'lgan eksponat haqida, uning yaratilish jarayoni, muallifi va tarixiy kontekstiga oid ilmiy ma'lumotlar bilan tanishadi.Shubxasiz, bu tizimlar muzeylarda yangi axborotlash darajasini mustahkamlab, tomoshabinlarni jalb etmoqda. "Virtual gid" bazaviy tipik yechimi beshta qism asosida ishlab chiqilishi muhimdir:

FOR AUTHOR USE ONLY

Ushbu bo'limda muassasaning tarixi, rivojlanish bosqichlari, asoschilari va yetakchi mutaxassislari, shuningdek olib borilayotgan ilmiy tadqiqotlar, kashfiyotlar va yangiliklar haqida umumiy ma'lumotlar keltirilishi kerak.

2. Kolleksiyalar

Bo'lim muzey fondidagi barcha asosiy to'plamlar haqida ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Tomoshabinlar virtual interfeys orqali muzey zaxiralariga sayohat qilishlari, shuningdek ekspozitsiyada namoyish etilmagan yoki faqat mutaxassislar uchun ochiq bo'lgan eksponatlar bilan tanishishlari mumkin.

3. Ko'rgazmalar

Ushbu qismda tomoshabinlar sensorli ekran yordamida muzeyning turli zallarini aylanib chiqish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Eksponatlar haqida qiziqish uyg'otadigan har qanday savolga javob topish mumkin.

4. Ma’lumotlar

Bo‘limda muzeyning ish vaqti, chipta narxlari, ekskursiya xizmatlari, shuningdek turli fuqarolik guruhlari uchun belgilangan imtiyozlar keltirilgan. Bundan tashqari, muzey ma’muriyati va barcha bo‘limlar bilan bog‘lanish uchun kerakli telefon raqamlari joylashadi.

Ushbu tarkibiy qismlar matn, grafik va vizual materiallarni uyg‘unlashtirishi mumkin. Barcha kontent aniq tuzilma va mantiqiy joylashtirishga ega bo‘lishi zarur. Ishlab chiqilgan navigatsiya tizimi hatto texnologiyalarga kamroq odatlangan foydalanuvchilar uchun ham “Virtual muzey” bilan ishlashda qiyinchilik tug‘dirmasligi lozim.

Barcha tashkillashtirilgan texnik jarayonlar intuitiv tushunarli bo‘lib, ekran tugmachalarida bajaradigan funksiyalari aniq yozib qo‘yilgan. Sensor kiosklarda informatsionnaya sistema qurilmasi to‘liq kiritilgan bo‘lib, barmokdarni ekranga tekkizgan xolda boshqarish mumkin. Zamonaviy davrda internet tarmog‘iga ulangan va alohida server xizmatlarini qo‘llab-quvvatlaydigan sensorli kiosklarni muzeylarga joriy etish muhim vazifalardan biridir. Ushbu texnologik yechimlar barcha muzey tizimlari bilan real vaqt rejimida o‘zaro aloqani ta’minlaydi va ma’muriy jarayonlarni samarali boshqarish imkonini beradi.Muzey ishida yana bir yangilik sifatida audigidlari misol keltirish mumkin. Afsuski ular O‘zbekitondagi muzeylarda ham joriy etilmagan. Mazkur vosita tomoshabin uchun juda qulaydir. Muzey eksponatlarini jamoa bilan ekskursovod yordamida tanishib chidayotgan vaqtda biron-bir tomoshabin orkada kolib, nimanidir epshtolmay qolishi, ekskursovod unga qayta tushuntirib bershpiga yana qo‘shimcha vaqt ketishini hisobga olib, shunday texnologiya tadbiq etilgan. Audiogidlar xuddi oddiygina qo‘l telefoni yoki musiqalar yozilgan pleerning ko‘rinishida bo‘ladi. Ko‘p: tomoshabiplar muzey zallari buylab erkin sayoxat qilishni ma’kul ko‘radi. Aynan mazkur qurilma ularga shu vaqtda qulay keladi. Xoxdagaya vaqtida o‘zi qiziqgan eksponatning oldiga borib, u hakidagi to‘liq ma’lumotni tinglashi mumkin. Bu ekskursovod ketidan biron ma’lumotni eshitolmay qolishdan qo‘rqib, ekspozitsiyani chala qabul qilib ketishiga chek qo‘yadi”

FOR AUTHOR USE ONLY

Turli mamlakatlardan kelgan sayyoxlar mexmon bo‘layotgan joylaridagi muzeylarda o‘zlari uchun qulay sharoit bo‘lishiga e’tibor qaratadi. Zamonaviy muzeylar xizmatlar ko‘rsatishni yuqori bosqichga olib chiqishda yangi texnologiyalarga murojat qilishga qaror qildi. Shu yusinda “audiogid” deb nomlangan yordamchi vosita ishlab chiqildi.

Innovatsiya protsessi muzeyshunoslikka yangi yo‘nalishni bosqichma-bosqich tadbiq etishni namoyon etadi. Perspektiv yo‘naltirishda madaniy, ilmiy, sayoxlik markazlarining yaratishni arxeologiya, etnografik, arxitekturaviy, tabiiy-landshaft, ochiq osmon ostidagi muzeylar bazasida yaratilmokda. XX — XXI asrlar muzeylar uchun innovatsiyalar asri deb belgilangan. So‘nggi yillar mobaynida muzeyshunoslar tomonidan ommaviy auditoriyami jalb etishdagi ko‘plab aktual masalalar ko‘rib chiqilgan. Zamonaviy hayotda muzeylar an’anaviy vazifalar va funksiyalardan biroz chetga chiqib, jamiyat xayotida aktiv shptirok etishiga ko‘mak beruvchi yanada keng dasturlarni amalga oshirish kerak. Zamon o‘zgarishi bilan birga jamiyat qadriyatlari va tomoshabinlarning ehtiyojlari ham o‘zgarib bormoqda. Shu sababli muzey eksponatlariga nisbatan qarash ham yangicha bo‘lib, muzeylar nafaqat bilim manbai, balki qiziqarli va interfaol dam olish maskaniga aylanmoqda. Bu o‘zgarishlar, albatta, muzeylar faoliyatida eng so‘nggi texnologik yutuqlarni keng qo‘llash natijasida yuz beradi.Ma’lumki, muzeylarda ekskursovod yordamisiz sayyoxlarning eksponatlar bilan tanishib chiqish oddiy tomoshabin uchun juda murakkab sanaladi. Sababi uni qanday qabul qilishi uning o‘zigagina ma’lum. Ekspozitsiyani tomoshabinga to‘liq yetkazishda bir qator yangi innovatsion texnologiyalar xozirgi kunda muzey xayotidagi asosiy yangiliklardan biriga aylanib bormoqda. Ularni to‘g‘ri tadbiq etilishi muzey faoliyatining rivojidagi garov bo‘la oladi.

Texnikaviy o‘zgaruvchan jarayon va kengayotgan dunyoqarash jamiyatda o‘ziga xos yangiliklar yaratishga majbur qilmoqda. Bilimlar sferasiping kengayishi va texnikaviy taraqqiyotga intilish muzey ekspozitsiyalarini tuzishda inavatsion yangiliklar yaratishga etibor ko‘chaydi. Bugungi kungacha san’atga asosan intuitivizm nazari bilan qarashgan bo‘lsa, xozirda esa badiiy madaniyati ratsionalizatsiyalash va klassifikatsiyalash rivojlandi. San’atshunos Benedetto Krochini fikricha -“San’at

FOR AUTHOR USE ONLY

intelektual saloxiyat tuzilmasiga amal qilmaydi, balki laxzalik e'tiborni umumlashtiradi xolos". Insoplarning qabul qilish darajasi va talabalar darajasidan kelib chiqqan xolda ekspozitsiyalarni tuzishda badiiy ta'sirchanlik elementlari orqali o'ziga xos yangiliklarni anglab olinadigan ravishda tuzish lozim. Zamonaviy muzey zallari global maxsus bir mavzu asosida yaratilib, barcha eksponatlar umumiy g'oya tavsifini bera olishi kerak. Ko'rgazma tuzishdagi bu uslub zamonaviy muzeyshunoslik amaliyotida "muammoviy gurux" (problemnaya gruppirovka) deb nomlanadi. Boshqa tipdagi ekspozitsiyalardan tubdan farq qilgan bu uslub ko'rgazma tarkibidagi mavzu mantiqini to'laqonli ochgan xolda muzey konsepsiyasi matnini real anglash imkonini beradi. Yuqoridagi fikrlarga tayangan xolda aytish mumkinki mavjud madaniy-badiiy jarayon va davrlar aksi yangi ekspozitsiyalar timsolini o'zgacha qiyofada yangilamoqda. Ekspozitsiyadagi badiiy muhitii xis qilishda faqatgina davrlar yangilanish ta'siri emas, balki o'rganilayotgan muhit ma'naviy saviyasi ham muxim ahamiyat kasb etadi.

Har bir muzey o'z istiqbollaridan kelib chiqqan holda multimedial kontent loyihalarini ishlab chiqadi. Zamonaviy multimedia texnologiyalarining rivojlanishi tomoshabinlar hamda muzey xodimlari uchun keng imkoniyatlar ochib beradi. Taniqli xorijiy muzeylar faoliyatini rivojlantirish jarayonida Davlat Multimedia Markazi tomonidan ishlab chiqilgan va muzeylar profiliga moslashtirilgan loyihalar muhim o'rin tutadi. Modernizatsiya atamasini fanga kiritgan maxsus mutaxasislardan biri Siril Blek — modernizatsiya an'naviy jamiyatning zamonaviy xayotga moslashishi, ilmiy-texnika revolyusiyasini qabul qilishi deb ta'riflaydi. Madaniy sohalarda "modernizatsiya" konsepsiyasini shved sotsiologi Geran Terborn qo'llagan bo'lib, uning fikricha modernizatsiya xozirgi davr ma'nosini anglatib, tarix va zamonaviylikni o'zaro diyoslash imkoniyatini beradi. Shu nuqtai nazardan kelib chiqqan holda aytishimiz mumkinki, muzey ishini modernizatsiyalash ham aktual muammolardan biri hisoblanadi. Muzeylarni modernizatsiyalashda yangi proektlar yaratish, muzeylararo xalqaro ahamiyatini rivojlantirishda muxim omil hisoblanadi." Muzeylarni modernizatsiyalash — bu konseptual strukturaviy va texnologik o'zgarishlar tizimi bo'lib, muzeylarni mavjud xayotiy oqim va kelajak bilan

FOR AUTHOR USE ONLY

bog‘laydi”. Rossiya Multimedia Markazi rahbari Darya Losevaning fikriga ko‘ra, muzey ekspozitsiyasida odatda cheklangan miqdordagi eksponatlar namoyish etilib, qolgan asarlar fond omborlarida qolib ketadi. Barcha muzey obyektlarini raqamli formatga o‘tkazish va ularni diqqat bilan o‘rganish imkoniyatini yaratish dolzarb masala hisoblanadi. Ushbu muammoni hal qilish uchun bir qator yechimlar taklif etilgan. Ularning ichida eng keng tarqalgan usul bu kompakt-disklar va internet saytlarida elektron nashrlarni taqdim etishdir.Elektron nashrlar kitob nashrlaridan chegaralanmagan matn, illyustrativ material va bir qancha xorijiy tillarni umumlashtirgan internetning tez qidiruv tizimi jarayonlarini modelirovka qilish doirasida ma’lumotlar to‘plamiga ega ekanligi bilan ajralib turadi. Bundan tashqari, vaqt hamda harakat birligini uyg‘unlashtirgan holda texnologik virtual haqqoniylikni aks ettiradi, aynan shu ko‘rsatmalar asosida multimedia tasvir va ashyolarni xajmiy joylashtirish va ko‘rish yechimlarini dam beradi. Muzey va ko‘rgazmalarda virtual panorama va virtual ekspozitsiyalar yaratish, yo‘qotilgan eksponatlarni modelirovka qilish yoki rekonstruksiya qilish imkonini beradi. Tomoshabin faqatgina ekskursiyani tinglabgina qolmay, eksponatni sinchiklab o‘rganishi ham mumkin. San’at va Tarix muzeylarida shu uslubni qo‘llash mumkin. Virtual texnologiya tomoshabinga muzey ekspozitsiyalary bilan sirtdan tanishish imkonini ham yaratadi. Birinchi virtual muzeylar qaerda ochilgan. Bundan tashqari noan’anaviy shaqldagi muzeylar faoliyati ham, doimo sayyohlar e’tiborini jalb etadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

2005-yili Rossiyada “76-82” loyixasi yaratildi va “Bizning bolaligimiz ashyolari” mavzusida foto to‘plamlari asosida virtual muzey tashkil etildi. 2007-yili esa bu muzey virtual ko‘rinishdan xayotiy eksponatlar kolleksiyasi yaratildi. Shuningdek, muzeylarda bugungi kunda axborot-tanishuv markazi ham ish yuritmoqda. Masalan, “Rossiyada Rus muzeyi: virtual filial” loyixasi amlaga oshirilmoqda. Xozirda loyixa asosida 78 ta virtual filial ish olib bormoqda (56 ta Rossiya bo‘yicha, 22 tasi xorijiy davlatlarda). Loyixa asosiga universitetlar, madaniyat tashkilotlari va boshqa ta’lim muassasalari ham kiritilgan. Birinchi filial 2005-yilda Estoniyaning Koxtla-Yarve shaxrida ochilgan. Bu markaz multmedia kinoteatri va axborot tanishuv sinflaridan iboratdir. Markazdagi mediateka bo‘limida turli interaktiv mulmedia dasturlari va

filmlar mavjud bo‘lib, tomoshabin muzey tarixini o‘rganishi va zamonaviy jarayondani amalga oshirilayotgan ishlar bilan tanishishi mumkin. Bundan tashqari muzey predmetiga taallukli mashxur shaxslar xayoti va shedevr asarlarning yaratilish jarayoni xususida ma’lumot olishi mumkin.

Ekspozitsiyalarni informatizatsiyalashdagi yana bir muxim aspektlardan biri muzey zallarida o‘ziga xos muhit yaratish va tomoshabinlarga ko‘tarinki kayfiyat baxsh eta olishdir. Kompyuter texnologiyalaridan foydalashni bezakchi rassomning qo‘shimcha imkoniyatlaridan sanaladi. Bu borada audivizual yondashuv tomoshabin e’tiborini tortishda yetakchi imkoniyatlardan hisoblanadi. Video va audioqator effektlar tarixiy yoki zal xolatiga mos individual muhit xolatini bera oladi. Muzey tomoshabinlarda qanday taassurot qoldirgani, ijobiy va salbiy xolatlar borasidagi fikrlarni o‘rganish uchun “Taqlif va mulodazapar kitobi” interaktiv elektron muloqot xolda plazma panellariga yozish imkoniyatlari ham vujudga kelmoqda. Tomoshabinlar o‘z muloxazalarini matn yoki rasmlar ko‘rinishida aks ettirishlari mumkin. Yozuvlar bevosita ekranda aks etib, mualliflik ko‘rinishida saqlab qo‘yiladi. Keyinchalik fikrlar jamlanmasini ko‘rgazma va anjumanlarda chop etish mumkin. Fikrimizcha, bunday ikki tomoplama tuzilgan yangicha muloqot tizimi tomoshabin yana qanday yangiliklar bilan tanishish istagi borligi xususidagi jarayonlarni o‘rganish imkoniyatini yaratadi. Bu boradagi eng faol tomoshabin va yangi g‘oya ixtirochilarini aniqlab, ularni “faxriy mehmon” sifatida mukofotlash lozim. Bundan tashqari, tomoshabinlar laxzalik suratga tushish xizmatlaridan ham foydalanishlari mumkin. Turli yangi soxalar rivojlanishi va iqtisodiy o‘sish jarayonida XXI asr “Kompyuter asri” deb ham nomlanmoqda. Muzeylarimizda bu davriy jarayon belgilarini aks etishi esa muzey ishi rivojida ijobiy xolatlarni kashf qilishi mubolag‘a emas. Asosiysi, muzey xodimlari yanada mukammal axborot tizimi, ilmiy-amaliy ixtisoslashgan kiziqarli loyixalar ustida izlanishlar olib borishi darkor. Har bir muzey yangi informatsion texnologiyalardan foydalangan xolda, multimedia komponentlarini yaratishi foydadan xoli bo‘lmaydi. Rossiyadagi Darvin davlat muzeyida-2010 yil fevral oyida yangi multmedia interaktiv ekspozitsiya ko‘rinishida “Evolyusiya yo‘llari buylab” mavzusida ko‘rgazma tashkil etildi. Tomoshabinlar bu loyixa orqali 3,5 milliard yil ilgari tarixga sayoxat qilishlari mumkin

FOR AUTHOR USE ONLY

bo‘lib, dunyoning rivojlanish jarayonlariga javob topishlari mumkin edi. Bu to‘rdani tabiiy-ilmiiy ekspozitsiya passiv tomoshabinni, aktiv tadqiqotchiga aylantirib turli yoshdagi auditoriyani jalb eta olardi. Bundan tashqari muzeyga tashrif buyurganlar ekskursovod ko‘magisiz, tomoshabin ekspozitsiyani ko‘rish, eshitish va xis qilish tuyg‘ulari bilan o‘zlashtirish imkoniyati mavjud edi. Bu loyixa turt yil davomida yaratilgan bo‘lib, muzeyshunoslar, dizaynerlar, haykaltaroshlar, videoinjenerlar va ovoz rejissyorlari hammuallifligida yuzaga keldi.

“Evolyusiya yo‘llari buylab” interaktiv ekspozitsiyasida tomoshabinlar mavjud hududni tark etmasdan 400 million yil avval mavjud bo‘lgan xayvonot olami, insoniyatning tadrijiy rivojlanishi xaqida ma’lumotlar olishi mumkin. Bunday ko‘rinishdagi ekspozitsiyalarni O‘zbekistondagi tabiat muzeyi va viloyatlardagi o‘lkashunoslik muzeylarida tashkil etilishi turistlar e’tiboridan chetda qolib ketayotgan hududiy muzeylar rivojida muhim ahamiyat kasb etadi. Zero, “Tabiat — jamiyat — iison” tizimi, ya’ni tabiat va jamiyat tarixi bir-biri bilam bog‘liq bo‘lib, bu ikki moddiy va ma’naviy asos aloqadorligi rivojlanish yo‘lida o‘zaro bir-biriga imkon yaratadi va bir-birini taqazo etadi. Tabiat va jamiyatning rivojlanish qonuniyatlari bir-biridan qilsa-da, ularning o‘zaro munosabatlari rivojlanishining qonuniyatlari mavjud. Shu sababli, ijtimoiy-iqtisodiy hayot muayan joy tabiati bilan uyg‘unlashagan bo‘ladi. Kishilarning tashqi qiyofasi, oziq-ovqat tarkibi, kiyinishi, urf-odatlari, mehnat turi va sog‘ligi ma’lum darajada ayni joy tabiati bilan bog‘liq ekanligi oddiy haqiqatdir.

FOR AUTHOR USE ONLY

Respublikada tabiiy-ilmiy maqomga eta bo‘lgan yagona Tabiat muzeyi 120 yildan beri buyon faoliyat ko‘rsatib kelyapti. Ixtisoslashgan muzeylarda faqatgina insoniyat tadrijiy rivoji emas, balki hayvonot olami, tabiat xolatlarini aks ettirish asosida ham qiziqarli ekskursiyalar olib borish mumkin. Shuningdek, maxalliy aholi ham o‘z o‘lkasining tarixiy rivojlanishi hususida qiziqarli ma’lumotlarga ega bo‘lishida o‘lkashunoslik muzeylari kerakli manbalarni o‘zlashtirganligi bilan juda qo‘l keladi. Xalqaro amaliyotning ko‘rsatishicha ko‘pgina muzeylar innovatsion shakllarda jamg‘armani ochiq saqlanishi tartibiga o‘tayapti. Buning uchun xozirdanoq muzeylarning bir vaqtning o‘zida ashyoni ham xavfsiz saqlash, ham uni kelganlarga namoyish qilish imkonini beruvchi umumiy jamg‘arma jihozlari bilan ta’minlash

lozim. Muzey ishini zamonaviy takomillashtirishda eng asosiy omillardan yana biri, kadrlar tayyorlash, muzey xodimlarining zamonaviy axborot texnologiyalarini o‘zlashtirishi hamda maxsus dastur yaratish yoki sotib olishdan iboratdir. Muzey xodimlari har yerda va har doim millat hamda mamlakatning genofondi bo‘lishi muzeylarning ulkan imkoniyatlarini ochib bera olishi lozim. 2007-yilda R.V Almeevning “O‘zbekiston muzeylari va ular taraqqiyotining ijtimoiy-madaniy istiqbollari” risolasi nashrdan chiqdi. “Ushbu risolada O‘zbekiston Respublikasida muzey ishini rivojlantirish tarixi va uni takomillashtirish vazifalarini belgilab, mamlkatimiz muzeylar rivojlanishining konsepsiyasi, tashkiliy boshqaruv va bozor jixatlari shakllantirib, asoslab berilgan. Muzeylarning innovatsion faoliyati yo‘nalishlari orasida muallif vatan tarixini yangicha mutoala qilish, ko‘rgazmalar va ekspozitsiya loyixalarini mavzu xilma-xilligini; jahon amaliyotida muzey faolliginiig mavjud shakllaripg spektorlaridan foydalanish; o‘zida ekspozitsiyalar va ustaxonalar unsurlariii yo‘g‘irib yuborgan “jonli” muzeylar tizimini rivojlantirish; muxim iqtisodiy manbaa sifatida turistik infrastrukturaga muzey ta’sirini kengaytirish; sovg‘abop mollar bilan bog‘liq kichik ishbilarmonlikni qo‘llab — quvvatlashni ajratib ko‘rsatadi. R.V. Almeev muzeyning tashqi nominatsiyalarini rivojlantirishning istiqbolli modelini taklif etgan — bu muzey muammolarini xal etishga qo‘shimcha zaxiralarni: axborot, tashkiliy. Moliyaviy va hokazolarni jalb etish uchun o‘ziga xos qurol hisoblanadiki, ularni tuzilishini tashkil etuvchi unsurlari ular bilan hamkorlik qiluvchi davlat, jamoatchilik, xususiy tashkilotlardir”.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. R.V. Almeev muzeyning tashqi nominatsiyalarini rivojlantirishning istiqbolli modelining afzallik jihatlari nimada?

2. Tabiat muzeyi faoliyati haqida ma'lumot bering

3. Muzeyshunoslik sohasida Rossiyada o'tkazilgan konferensiyalarning ahamiyati haqida aytib bering?

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro'yxati:

1. Parry, R. Museums in a Digital Age. Routledge. 2010

2. Simon, N. The Participatory Museum. Museum. 2010

3. Falk, J. H., & Dierking, L. D. The Museum Experience Revisited. Left Coast Press. 2013

4. Economou, M., & Young, H. (Eds.). Culture, Technology, and the Museum: New Ways of Curating and Exhibiting. Routledge. 2014

FOR AUTHOR USE ONLY

14-MAVZU: JAHON MUZEY TASHKILOTLARINING RIVOJLANISH TARIXI

Reja:

14.1 Yevropada zamonaviy muzeylarning vujudga kelishi tarixi.

14.2 Jahonda dastlabki muzey tashkilotlarining vujudga kelishi.

14.1 Yevropada zamonaviy muzeylarning vujudga kelishi tarixi.

Tayanch so‘z va iboralar: Knos saroy xazinasi, arres, Sulla galereyalari, Serviliy, Krase, Lukull, Pompei, Sezar, “muzalar uyi”, ICOM, “Muzeylar kechasi”, “Muzeylar kuchi”.

14.1 Yevropada zamonaviy muzeylarning vujudga kelishi tarixi.

Muzeylar bugungi kunda Yevropa iqtisodiyotidagi eng muhim madaniy sanoat va turizm ob’yektlari hisoblanadi. Ularning qanday tashkil etilgani va boshqarilgani haqidagi tarixiy tajriba, O‘zbekiston kabi mamlakatlarda muzey infratuzilmasini modernizatsiya qilish va madaniy turizmni rivojlantirish uchun qimmatli saboq bo‘lib xizmat qiladi. Yevropada zamonaviy muzeylarning vujudga kelishi tarixi murakkab institutsional, ijtimoiy va madaniy evolyutsiya jarayonining natijasidir. U Uyg‘onish davri xususiy to‘plamlaridan boshlab, Ma’rifatparvarlik davri ta’siri ostida ommaviy, milliy muassasalarga aylanish bosqichini o‘z ichiga oladi. Tarixiy muzeylarning faoliyat mohiyati jamiyat taraqqiyoti bilan uzviy bog‘liqdir. Zamonaviy Yevropa muzeylari XVI–XVII asrlarda paydo bo‘la boshlagan. Bu davr kapitalistik ishlab chiqarishning dastlabki bosqichi bo‘lib, fan, san’at, adabiyot, texnika va hunarmandchilikning yuksalishi bilan ajralib turadi. Buyuk geografik kashfiyotlar va dunyo bo‘ylab qilingan sayohatlar Kopernikning Yer sharsimonligi haqidagi nazariyasini tasdiqladi. Fan texnologiya ta’siridan ozod bo‘ldi va bosma kitoblar orqali bilim tez tarqaldi. Aynan shunday intellektual taraqqiyot davrida Yevropaning turli hududlarida ishlab chiqarish, ilmiy va boshqa ijtimoiy ehtiyojlar tufayli xilma-xil to‘plamlar shakllana boshladi. Tarixiy va madaniy ahamiyatga ega bo‘lgan narsalar, jumladan, qurol-yarog‘ kolleksiyalarini yig‘ish keng tarqaldi. Ilmiy tadqiqotlar ko‘proq muzeylar bazasida olib borildi va bu maxsus adabiyotlarda o‘z aksini topdi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Tarixiy muzeylarning rivojlanishidagi yana bir muhim bosqich Yevropada burjuaziya munosabatlarining hali progressiv rol o‘ynagan XVIII asrning ikkinchi yarmida yotadi. Ushbu davrda muzeylar faoliyati ilmiy xususiyat kasb eta boshladi. Muzeylarga texnik tajriba xazinasi, ilmiy qadriyatlar va madaniy-tarixiy meros ombori sifatida qarala boshlandi. XIX asrgacha nafaqat qadimiy davr, balki ilk o‘rta asrlar tarixini o‘rganish ham muzeylar bilan chambarchas bog‘liq edi, chunki aynan shu muassasalarda zarur manbalarning asosiy qismi saqlanardi. Keng qamrovli tarixiy muzeylarning shakllanishi burjuaziyaning iqtisodiy va siyosiy jihatdan mustahkamlanish davriga to‘g‘ri keldi. Ko‘plab Yevropa xalqlarining milliy mustaqillik, milliy o‘zligini saqlash va tan otdirish uchun ko‘rashi ularning tarixini saqlovchi va namoyish etuvchi muzeylarga bo‘lgan ijtimoiy talabni keltirib chiqardi.

Mazkur g‘oyalar asosida Yevropada yirik milliy muzeylar tashkil etildi va ular uchun yodgorlik binolari qurildi. Bunga misol sifatida 1802-yilda Budapeshtda tashkil etilgan Venger milliy muzeyi, 1818-yilda Praganing milliy muzeyi va 1828-yilda Berlinda qurilgan "Eski muzey"ni keltirish mumkin.

FOR AUTHOR USE ONLY

14.2 Jahonda dastlabki muzey tashkilotlarining vujudga kelishi.

Ilk muzeylar qachon paydo bo‘lganligi haqidagi savolga javob topish uchun tarix sahifalarining ancha erta davrlariga qaytish lozim. Muzeyning ildizlari tabiat va ijtimoiy hayotdagi obyektlarning xo‘jalik yoki moddiy boylik sifatida emas, balki yodgorlik hujjat va estetik qimmatga ega asl narsalar sifatida saqlana boshlagan davrda shakllangan. Miloddan avvalgi XVI asrga oid Kritdagi Knossos saroyi xazinasi, miloddan avvalgi XIII–XII asrlarga oid Xitoydagi Vanlar saroyi va ink kohinlarining arxivi, Nineviya saroy kutubxonasi va shunga o‘xshash qadimiy obidalarda muzeylarning dastlabki ko‘rinishlari aks etadi.

Qadim zamonlardan ibodatxonalarda to‘plangan noyob buyumlar keyinchalik, xususan miloddan avvalgi III asrga kelib, shaxsiy kolleksiyalarda jamlanib bordi. Varrus, Sulla galereyalari, Serviliy, Krassus, Lukull, Pompei, Sezar va boshqalarning to‘plamlari bunga aniq misoldir. Bunday kolleksiyalarning Vizantiya sobor va

monastirlarida, so‘ngra Fransiya, Italiya, Germaniya va boshqa mamlakatlar soborlarida saqlanib kelinishi odat tusiga kirgan.

Noyob ashyolar, san’at asarlari, nozik va nafis go‘zallik har davrda insoniyatni o‘ziga jalb etgani shubhasiz. Demak, bugun tarixni o‘rganishning muhim va ajralmas qismiga aylangan muzeylarning boshlang‘ich shakli qachon va qayerda yuzaga kelgan? Dunyoda birinchi “Muzeyon” ya’ni ilhom parilarining uyi — muzalar ma’budi miloddan avvalgi 290-yillarda paydo bo‘lgan deb hisoblanadi.

Makedoniyalik Iskandarning sarkardalaridan biri va vorisi bo‘lgan Ptolomey I ilk muzeyning asoschisi sifatida tan olinadi. Ptolomey Soter I miloddan avvalgi III asrda ilk muzeyga negiz qo‘ygan. Ma’lumotlarga ko‘ra, undan oldin ham “muzalar uyi” ibodatxonalari mavjud bo‘lgan bo‘lishi mumkin, ammo Aleksandriya (Iskandariya) ibodatxonasi muzeylar tarixining poydevor toshini qo‘yishda muhim ahamiyatga ega deb hisoblanadi. Ptolomey tomonidan yaratilgan muassasa aniq ilmiy faoliyat yo‘nalishlarini qo‘llab-quvvatlovchi “ilmiy tashkilot”ga aylandi. Ptolomey muzeyi yonida botanika bog‘i, hayvonot bog‘i va hatto anatomik tadqiqotlar o‘tkazilgan “ilmiy markaz” bo‘lgan afsonaviy Iskandariya kutubxonasi bilan birlashtirilgan edi. Bu yerda faoliyat olib borgan olimlardan Arximed va Yevklid kabi ismlar hozirgacha tanilgan. Xodimlar davlat homiyligi ostida ishlagan va begonalarning muzeyga kirishi qat’iyan man etilgan. Ilmiy izlanishlarga har kimning ham aralashish imkoniyati bo‘lmagan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Taqdir aylanishi bu ilmiy markazga Yunonistonni zabt etishga intilgan rimliklarni olib keldi. Dastlab ular “yopiq eshiklar ortida” yaratilgan ilmiy izlanishlarni bir muncha davom ettirishga harakat qilishdi. Bu joyni o‘ziga xos “universitet”ga aylantirdilar. Biroq, asrlar o‘tishi bilan yangi qarashlar bilan sug‘orilgan xristianlik ta’limotlariga berilgan rimliklar “butparastlikka asoslangan” deb topilgan asarlarni yo‘q qilishga kirishdilar. Natijada, bu ilmiy boyliklardan bizgacha deyarli hech noma saqlanib qolmadi.

Yunonlarning yorqin misollaridan so‘ng keyingi davrlar bizga muzeylar haqida qimmatli faktlar hadya etmaydi. Faqatgina XV asrga kelib Lorenzo Medichi Florensiyada Haykallar galereyasini tashkil etadi. Hukmdor o‘z uyiga olimlarni,

haykaltarosh va rassomlarni taklif qilib, kutubxona tashkil etadi. Hammasi xuddi qadimgi Yunonistondagi kabi, davlat hisobidan amalga oshiriladi. Yunonlar «tajribasi ommalashishda» davom etdi. XVII asrga kelib muzey so‘zi Yevopada qiziqarli kolleksiyalarni tasvilash uchun ishlatila boshlandi. Angliyada Jon Tradeskantning Lambethdagi (hozirgi London tumani) kolleksiyasiga tashrif buyuruvchilar u yerdagi massivni muzey deb atashgan; 1656-yilda nashr etilgan ushbu to‘plamning katalogi "Musaeum Tradescantianum" deb nomlangan. 1675-yilda to‘plam Elias Ashmolning mulkiga aylanib, Oksford universitetiga topshirildi. Uni qabul qilish uchun maxsus bino qurilgan va u 1683-yilda ommaga namoyish etilgadan so‘ng Ashmolean muzeyi sifatida tanilgan. 1753-yilda Britaniya muzeyiga asos solingan. Darhaqiqat, Deni Didro 1765-yilda nashr etilgan Entsiklopediyaning to‘qqizinchi jildida Fransiya milliy muzeyining batafsil sxemasini tasvirlab berdi. XIX asrning oxiri va XX asrda muzey so‘zi xalq foydalanishi mumkin bo‘lgan madaniy materiallar saqlanadigan binoni bildirgan. Jumladan,1876-yil O‘rta Osiyoda birinchi muzey tashkil topdi va shundan e’tiboran O‘rta Osiyoda bosh muzeyning mavjudligi rasman tan olindi.

May oyining 18 kuni butun dunyo bo‘ylab Xalqaro muzeylar kuni nishonlanadi. Bu sana 1977-yilda Xalqaro muzeylar kengashi (ICOM) tomonidan rasman belgilangan. Madaniyat va san’atga qiziquvchilar uchun muzeylar har doim alohida ahamiyatga ega bo‘lib kelgan. 18-mayning butun dunyoda muzeylar kuni sifatida nishonlanishi ko‘pchilik tasavvur qilganidek, birinchi muzeyning ochilgan sanasi bilan bog‘liq emas. Bu an’ana 1977-yilda Xalqaro muzeylar kengashining majlisida ilgari surilgan taklifning bir ovozdan qabul qilinishi bilan boshlangan va hozirgi kunga qadar davom etmoqda. 1978-yildan buyon Xalqaro muzeylar kuni 150 dan ortiq davlatda qayd etilib kelinadi. Ushbu madaniy bayramning nishonlanish darajasi turli mintaqalarda farqlanib turishi mumkin. So‘nggi yillarda "Muzeylar kechasi" deb nomlanadigan tadbir tobora ommalashib bormoqda.

1992 yildan e’tiboran Xalqaro muzeylar kuni bayrami ma’lum bir mavzuga bag‘ishlab nishonlanadi. Masalan, 2018-yil bayram mavzusi «Muzeylar giperkommunikatsiya davrida: yangi yondashuvlar, yangi auditoriya» deb nomlangan

FOR AUTHOR USE ONLY

edi. O‘tgan yili «Muzeylar kuchi» mavzusida nishonlangan bo‘lsa, joriy yilda «Muzeylar, barqarorlik va farovonlik» mavzusida nishonlanadi.

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. Xalqaro muzeylar kengashi tomonidan “Xalqaro muzeylar” kuni bayramining nishonlanishini yo‘lga qo‘yilishi?

2. Yevropada yirik milliy muzeylarga qachon asos solingan?

3. Dastlabki muzey kolleksiyalarining vujudga kelishi qaysi davrga borib taqaladi?

4. O‘rta Osiyoda dastlabki muzeylarning vujudga kelishi haqida nimalarni bilasiz?

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1.Schmid, G. E. The Role of ICOM in the Global Museum Community: Challenges and Opportunities in the 21st Century. Museum Management and Curatorship, Vol. 30, No. 4, 2015.

2. Bortolotto, K. D. Musei e Istituzioni Internazionali. (Muzeylar va Xalqaro Institutlar). Milano: FrancoAngeli, 2019.

3. Zimmermann, A. The Governance of Cultural Heritage: The Role of International Organizations. Springer Nature, 2021.

4. Shlyachta, A. M. Muzeologiya: Teoriya i praktika. (Muzeologiya: Nazariya va amaliyot). Moskva: RGGU, 2015.

FOR AUTHOR USE ONLY

15-MAVZU: O‘RTA OSIYO HUDUDIDA MUZEYCHILIK AN’ANALARINING SHAKLLANISH JARAYONI

Reja:

15.1. Feodal tuzum davrida madaniy va ma’naviy boyliklarni jamlash hamda asrash jarayonlari

15.2. Chor Rossiyasi mustamlakachiligi sharoitida muzeyshunoslik g‘oyalarining shakllanishi va rivoji

15.3. Turkiston o‘lkasida ilk muzey muassasalarining tashkil topishi va faoliyat boshlashi

Tayanch so‘z va iboralar: *"Harbiy me’morlar muzeyni", "Yuz asar", Turkomstaris, “Usmon Qur’oni", Ost-Indiya kompaniyasi, Muhammad Narshaxiy, "Buyuk ipak yo‘li".*

FOR AUTHOR USE ONLY

15.1 Feodalizm davrida ma’naviy boyliklarni to‘plash.

O‘rta Osiyo aholisi qadim zamonlardan beri Yaqin Sharq va G‘arb mamlakatlari – Urartu, Misr, Finikiya, Bobil, Rim va boshqalar bilan iqtisodiy hamda madaniy aloqalar o‘rnatgan. Mintaqa orqali o‘tgan mashhur “Buyuk ipak yo‘li” Markaziy Osiyo va Hindistonni O‘rta dengiz bo‘yi davlatlari bilan bog‘lab turgan. Bunday jozibali hudud har doim chet ellik bosqinchilarning e’tibor markazida bo‘lgan. Shu sababli O‘rta Osiyoning tarixiy taqdiri og‘ir kechgan. Doimiy ravishda yuz bergan urushlar va talonchiliklar tufayli benazir saroylar, go‘zal shaharlar va nodir me’moriy inshootlar vayronaga aylangan, boy ma’naviy meros esa g‘oliblarning o‘ljasi bo‘lib qolgan.

Tarixiy ma’lumotlarga qaraganda, arablar Poykand janglardan ko‘p miqdorda oltin va kumush buyumlar, qurol-yarog‘, qimmatbaho kiyim-kechaklarni o‘lja sifatida olib ketishgan. Arab istilosi davrida ham xazina to‘plash odati davom etgan, ammo bu madaniy boyliklarni jamg‘arishda sezilarli ijobiy o‘zgarishlarga sabab bo‘lmagan.

O‘rta Osiyoda mustaqil Somoniylar davlatining tashkil topishi yirik o‘zgarishlarni olib keldi. Ushbu davrda saroy xazinalaridan tashqari, katta kutubxonalar va arxivlar barpo etildi. Tarixiy manbalarga ko‘ra, X asrda Buxoro va Shosh amirlarining kutubxonalarida insoniyat yaratgan deyarli barcha nodir kitoblar mavjud bo‘lgan. Mo‘g‘ul istilosi Movarounnahr taraqqiyotiga og‘ir zarba berib, uning rivojlanishini deyarli bir asrga kechiktirdi. Biroq, 150 yil o‘tgach, O‘rta Osiyoda fan va madaniyat yana jonlanib, yangi ko‘rinishda gullab-yashnadi. Amir Temurning yagona markazlashgan davlat tuzishi va Samarqandni poytaxt qilishi, katta boyliklarning jamlanmasiga imkon yaratdi. Bu davrda me’moriy yodgorliklar, maqbara va masjidlar, madrasa va saroyalar bunyod etildi.

Amir Temur zabt etgan mamlakatlardan qadimiy qo‘lyozmalar, xon va amirlarga tegishli hujjatlar, elchilik yozishmalari, shuningdek musulmon dunyosining muqaddas kitobi “Qur’on Usmon”ning VIII asrga oid nusxasi Samarqandga olib kelingan. Shunday qilib, dunyoga mashhur Temur kutubxonasi vujudga keldi. Temurning sevimli nabirasi, sharqning buyuk olimi Mirzo Ulug‘bek davrida esa kutubxona yanada boyidi. 1442-yili aynan shu kutubxonada Firdavsiyning “Shohnoma” asari to‘liq nusxada ko‘chirildi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Temuriylar davrida tasviriy, amaliy va me’morchilik san’atlari yuksak cho‘qqiga chiqdi. Saroy, madrasa va boshqa binolar naqsh, rang va bezaklar bilan badiiy jihatdan boyitildi. Bibixonim masjidi, Go‘ri Amir, Shohizinda, Ahmad Yassaviy majmuasi, Ishratxona, Shaxrisabzdagi Oqsaroy va Ulug‘bek madrasalari o‘z ulug‘vorligi bilan sharq me’morchiligining durdona asarlariga aylanib, xalqning badiiy mahorati va aqliy salohiyatini namoyish etdi.

Bu davrda savdo, hunarmandchilik va san’at shu darajada rivojlanki, Buxoro va Samarqand ustalari tomonidan yaratilgan buyumlar xalqaro bozorlarda yuqori baholandi. Hirot zargarlari ishlagan bezaklar, Samarqand va Buxoroda tayyorlangan matolar keng shuhrat qozondi. Temur davrida Movarounnahr ustalarining ijodiy mahorati misli ko‘rilmagan darajaga yetdi. 1469-yilda usta Guldon yaratgan idish namoyish etildi, unda 32 xil hunarmandchilik uslubi aks ettirilgan edi. Hunarmandlar o‘z mahoratlarini yangi qurilgan masjid, maqbara va boshqa

inshootlarda namoyish etdilar. Masalan, Bibixonim masjidi uchun ustalar tomonidan ishlangan shamdonlar va masjid darvozasi kandakorlik san'atining yuksak namunalari hisoblanadi. Ahmad Yassaviy maqbarasi uchun Tabrizlik usta Abdulaziz tomonidan mis qozon (1391-yil) yasalgan bo'lsa, shamdon va qandillarni Isfaxonlik ustalar tayyorlagan. Go'ri Amir maqbarasining 1405-yildan keyingi ichki bezaklari "Harbiy yodgorliklar muzeyi"ni eslatardi. Maqbaraga joylashtirilgan har bir buyum nodir tarixiy va madaniy meros edi. Tarixchi Arab Shohning yozishicha, maqbara ichiga Sohibqironning ashyolari joylashtirilgan, devorlarga esa qurol-yarog'lar osilgan. Ushbu qurollar asosan kumushdan yasalib, qimmatbaho la'l va yoqutlar bilan bezatilgan edi. Maqbara gumbazi ostida osmon yulduzlarini eslatuvchi oltin va kumush qandillar osilgan, yerga esa qimmatbaho gilamlar yozilgan edi.

Temuriylar sulolasidan bo'lgan Husayn Boyqaro Hirotni go'zal binolar, masjid va madrasalar bilan obod qildi. She'riyat sultoni Alisher Navoiy bilan birgalikda Hirotni shoirlar va fozillar markaziga aylantirdi. Shu davrda tarixchi Xondamir, miniatyura ustasi Kamoliddin Behzod kabi buyuk ijodkorlar faoliyat yuritdilar. Bu davrda Hirotda san'at ustalari maktabi vujudga keldi. Sanog'li qo'lyozmalar istedodli kitobatlar tomonidan ko'chirilib, badiiy bezaklar bilan boyitildi. Sharqshunos olim A. Yu. Yakubovskiyning ta'kidlashicha, Alisher Navoiyning shaxsiy kutubxonasi juda katta va nodir qo'lyozmalarga boy bo'lgan. Bu kutubxonadan Xondamir, Behzod va boshqa olimlar foydalanganlar.

FOR AUTHOR USE ONLY

Buxoro va Xiva xonliklarida ham nodir qo'lyozmalar va miniatyuralar to'plab, saroy va shaxsiy kutubxonalar barpo etish odat tusiga kirgan. Xiva xoni Muhammad Rahim II kutubxona tashkil etib, uni dunyoning turli mintaqalaridan olib kelingan qo'lyozmalar bilan boyitdi. Xivada birinchi bo'lib san'atni rivojlantirishga qaratilgan tashkilotlar paydo bo'ldi. XIX asrda Xiva xonligi o'zining kitob xazinasi bilan dunyoga mashhur bo'ldi. Bu yerda arab, fors va tojik tillaridagi asarlar o'zbek tiliga tarjima qilindi.

Qo'qon xonligida ham boy kutubxona mavjud bo'lib, nodir qo'lyozmalarga ega edi. Bu davrda O'rta Osiyoning yirik shaharlari – Farg'ona, Buxoro, Qo'qon, Toshkent va boshqalarida kitob ixlosmandlari yashab, ularda nodir

qo‘lyozmalar to‘plashgan. Masalan, Toshkentda Jo‘rabekning shaxsiy kolleksiyasi mashhur edi. Boqijon boy, Qozi Muxiddin, Andijondagi Dukchi eshon kutubxonalari, Buxorodagi qozi Sharifjon Maxsum kutubxonasi qo‘lyozmalarning nodirligi va qadimiyligi bilan tanilgan.

Yuqoridagi dalillar asosida shuni aytish mumkinki, O‘rta Osiyoda moddiy va ma’naviy yodgorliklarni to‘plash asriy an’anaga aylangan bo‘lib, milliy xususiyatlar va islomiy qadriyatlar doirasida amalga oshirilgan. O‘rta Osiyolik allomalarning ensiklopedik asarlari XII asrdan boshlab Yevropa mamlakatlarida lotin tiliga tarjima qilinib, jahon fanining rivojiga hissa qo‘shdi. Sharq mamlakatlarida esa bu asarlar kutubxona fondlarining asosiy qismini tashkil etdi va kelajak avlodlar uchun saqlandi. Qadimdan yevropalik olimlar va hukmdorlar O‘rta Osiyo xonliklarining tarixiy, madaniy va moddiy merosini egallashga intildilar. Keyinchalik ular shunday xulosaga keldilar: O‘rta Osiyoda nafaqat mahalliy mualliflarning qo‘lyozmalari, balki butun Sharqda kam ma’lum bo‘lgan yoki yo‘qolgan deb hisoblangan asarlar ham topilishi mumkin.

FOR AUTHOR USE ONLY

Darhaqiqat, ularning taxminlari oqlindi va olib borilgan izchil harakatlar natijasida O‘rta Osiyoning ma’naviy boyliklari Yevropa va Osiyo davlatlariga o‘tib ketdi. Bu jarayon turli yo‘llar bilan amalga oshirildi: elchilar orqali sovg‘a sifatida, savdogarlar va sayyohlar vositachiligida yoki bosqinchilik harakatlari tufayli. Masalan, 1740-yilda Eron shohi Nodirshoh O‘rta Osiyoni bosib olgach, Amir Temur maqbarasidan ko‘plab yodgorliklarni, jumladan nefrit tosh, oltin qilich va qalqonlar, qabr ustidagi Qur’on nusxasini olib ketdi. Biroq, Temur qabri ustidagi tosh yo‘lda singanligi sababli tez orada qaytarildi.

15.2. Chor Rossiyasi mustamlakachilik davrida muzeysozlik harakati

1831–1833 yillarda Britaniya Ost-Indiya kompaniyasining leytenanti Aleksandr Bors Buxoroda yashab, qadimiy oltin va kumush tangalarni to‘pladi va 200 dan ortiq nodir narsalardan iborat kolleksiyani tuzib, Britaniya muzeyiga taqdim etdi. Hozirgi kunda bu to‘plam beqiyos qadrga ega hisoblanadi. O‘rta Osiyo boyliklarini Rossiya imperiyasiga o‘tkazishda rus olimlari faol ishtirok etdilar.

Petersburgdagi Osiyo muzeyining direktori, sharqshunos olim X. O. Fren 1834-yilda O‘rta Osiyodan topish mumkin bo‘lgan sharq mualliflariga oid qo‘lyozmalarning xronologik ro‘yxatini (“Yuz asar”) tuzdi. 1869-yildan boshlab yodgorliklarni to‘plash rejalari ishlab chiqila boshlandi. Harbiy xizmatchilar va mansabdor shaxslarga maxsus tavsiyanomalar berilib, qanday narsalarni yig‘ish kerakligi ko‘rsatildi.

1869-yilda Samarqanddan Turkistonning birinchi general-gubernatori K. P. fon Kaufman musulmon dunyosining muqaddas kitobi — VII asrga oid “Usmon Qur’oni” qo‘lyozmasini Peterburgga, imperatorga yubordi. 1870-yilda Buxoro amiriga qarshi harbiy yurish paytida Shaxrisabz va Kitob bekligi hududlaridan 97 jild qadimiy qo‘lyozma topildi.

Xiva xonligining saroyi talon-toroj qilindi. Xonning shaxsiy 200 ta tanga zarb qilish qolipi, 25 pud oltin va kumush, xon muhrlari, 200 dan ortiq qadimiy tanga, sanog‘li qimmatbaho toshlar va zargarlik buyumlari Peterburgga jo‘natildi.

Qo‘qon xonligining xazinasi ham xuddi shunday taqdirga uchradi. 1885-yilda Toshkentda arxeologiya, etnografiya va antropologiya sohasidagi havaskorlar to‘garagi tashkil etilib, unga Bartoldning shogirdi boshchilik qildi.

1898-yilda Andijon qo‘zg‘olonining rahbari Dukchi Eshonning kutubxonasi musodara qilindi. Undagi 194 ta nodir qo‘lyozma tezda Peterburga yuborildi.

Rus olimlari Turkistonda olib borgan ilmiy va yodgorlik to‘plash ishlarida mahalliy havaskorlardan yordam oldilar. Masalan, Samarqandlik Mirzo Qosimov, Toshkentlik savdogar Akram Asqarov, Samarqandlik Mirzo Abdulla Buxoriy, etnograf Shohimardon Ibrohimov, Samarqandlik Abu Said Maxsum, arxeolog Turdi Mirg‘iyosov va boshqalar ulardan bo‘lgan.

15.3. Turkiston hududida dastlabki muzeylarning shakllanishi

Chor Rossiyasi hukmronligi davrida Turkiston o‘lkasi aholisi orasida milliy o‘zlikni anglash jarayonini rivojlantirishga ataylab to‘sqinlik qilingan. Mustamlakachi ma’muriyat tarixiy bilimlarni ommalashtirish va qadimiy yodgorliklarning ahamiyatiga jamoatchilik e’tiborini kuchaytirish mustamlakachilik siyosatiga xavf tug‘diradi, degan qarashda edi. Shu sababli mahalliy aholi orasida tarix

FOR AUTHOR USE ONLY

va madaniyatga oid bilimlarning keng tarqalishiga yo‘l qo‘yilmadi.

Biroq Turkistonni o‘z mustamlaka hududi sifatida ko‘rgan chor hukumati bu yerning tabiiy va madaniy boyliklarini o‘zlashtirish uchun o‘lkani ilmiy jihatdan chuqur o‘rganish zarurligini anglab yetgan. Natijada qisqa vaqt ichida meteorologiya, zoologiya, numizmatika, etnografiya, shuningdek, o‘lkaning flora va faunasiga oid boy kolleksiyalar shakllantirildi. Mazkur yig‘ilgan materiallar tarqoq holatda saqlanayotgani sababli ularni bir markazga jamlash, tizimlashtirish va Rossiyaning markaziy shaharlariga yuborish uchun maxsus saralash maskaniga ehtiyoj tug‘ildi. Ana shunday vazifani bajarishda muzey eng qulay muassasa sifatida e’tirof etildi va Turkiston hududida muzey tashkil etish masalasi kun tartibiga qo‘yildi. Jumladan, taniqli olim A.P. Fedchenko Turkiston general-gubernatoriga yo‘llagan axborotida muzeyni o‘lkani ilmiy o‘rganishdagi muhim vosita sifatida baholagan. 1876-yilda Toshkent shahrida ilk muzey tashkil etildi (bugungi O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi). Keyingi yillarda bu jarayon izchil davom ettirilib, 1896-yilda Samarqandda, 1898-yilda Yettisuvda, 1899-yilda Farg‘ona vodiysida hamda Kaspiyorti hududida (Ashxobodda) o‘lka muzeylari faoliyat boshladi. Ushbu muzeylarda etnografiya, arxeologiya, tabiatshunoslik, texnika, qishloq xo‘jaligi, mahalliy qurol-aslahalar, to‘qimachilik buyumlari, kitoblar va yozuv anjomlarini o‘z ichiga olgan eksponatlar namoyish etilgan. 1917-yilgi Oktabr to‘ntarilishidan so‘ng muzeylar faoliyatini qayta tashkil etish jarayoni boshlandi va 1922-yilda san’at hamda tarixiy yodgorliklarni muhofaza qilish bilan shug‘ullanuvchi Turkomstaris komissiyasi tuzildi.

Shunga qaramay, agar Rossiyada 1918–1923-yillar oralig‘ida 250 dan ortiq yangi muzeylar ochilgan bo‘lsa, Turkiston hududida bu ko‘rsatkich atigi to‘rtta muzey bilan cheklangan bo‘lib, keyingi yillarda ham madaniy merosni muhofaza qilish jarayonida bir qator muammolar saqlanib qolgan.

FOR AUTHOR USE ONLY

Mavzu yuzasidan savol va topshiriqlar:

1. *O‘rta Osiyoda dastlabki muzeylarning vujudga kelishi haqida ma’lumot bering?*

2. *Dukchi Eshon kutubxonasi haqida ma’lumot bering?*

3. *Aleksandir Bors ekspeditsiyasi haqida nimalarni bilasiz?*

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Sodiqov Q. "O‘rta Osiyoda muzeychilik tarixi". – Toshkent: *O‘zbekiston*, 2012.
2. Murtazayeva R. "O‘zbekiston tarixi". – Toshkent: *Yangi asr avlodi*, 2005.
3. Gulyamov Ya. "O‘zbekiston moddiy madaniyati tarixi". – Toshkent: *Fan*, 1995.
4. Levteeva L.G. "Muzealnoye delo v Uzbekistane". – Tashkent: *Fan*, 1986.
5. Ahmedov B. "O‘zbekiston tarixi manbalari". – Toshkent: *O‘qituvchi*, 2001.

FOR AUTHOR USE ONLY

XULOSA

Zamonaviy jahon muzeyligi darsligida muzeylarning ilmiy, madaniy va tarbiyaviy ahamiyatishunos o'rin egallaydi. Muzeylar milliy tarixi va badiiy eksponatlarni saqlash, balki jamiyatning ma'naviy va intellektual rivojlanishi uchun muhim platformadir.

Sharq va O'rta Osiyodagi ilmiy merosni o'rganishshunoslik nuqtai nazaridan o'quvchilarda tarixiy xotira, milliy o'zlik va jahon madaniyatiga bog'lanish tuyg'usini shakllantiradi. Buyuk allomalar va mutafakkirlarning asarlari va ilmiy ilmiy izlanishlari muzeyi eksponatlari, qo'lyozmalar va arxiv materiallari orqali talabalarga taqdim etish, bu esa ilm-fan, tafakkur va ma'naviyat uyg'unligini yanada kuchaytiradi.

Zamonaviy muzeylikda ilmiy merosni saqlash, tadqiq qilish va taqdim etish metodlari talabalarga tarixni chuqur anglash, zamonaviy ilmiy bilimlarni o'rganish va yosh avlodni ma'naviy bar, tafakkurga chanqoq insonlar sifatida tarbiyalash imkonini beradi. Shu bois, muzeyshunoslik fanini chuqur o'rganish va ilmiyni amaliy tadqiq qilish jahonni o'zlashtirishda muhim kasb etadi.

FOR AUTHOR USE ONLY

Muzeylar — uzluksiz ta’lim tizimining ajralmas qismidir. Ular o‘quvchi va talabalarga nazariy bilimlarni amaliy vizual obrazlar orqali yetkazishda fundamental rol o‘ynaydi. Milliy o‘zlikni anglash, vatanparvarlik va umuminsoniy qadriyatlarga hurmat tuyg‘usini shakllantirishda muzey ekspozitsiyalarining ta’sir kuchi beqiyosdir.

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy jahon muzeyshunosligi — bu o‘tmish xotirasi bilan kelajak innovatsiyasining sintezidir. Muzey xodimlarining kreativ yondashuvi, texnologik imkoniyatlar va davlatning tizimli qo‘llab-quvvatlashi orqali muzeylar insoniyatning intellektual salohiyatini yuksaltiruvchi eng kuchli ma’naviy qurol bo‘lib qolaveradi.

MUNDARIJA

KIRISH……3

1-mavzu: Kirish. Muzeologiya tushunchalari va ilk nazariy tadqiqotlar……..8

2-mavzu: Muzeyshunoslik strukturasi, fanlar sistemasidagi o‘rni va tarixiy rivojlanish omillari……..25

3-mavzu: Qadimgi rimda jamoat yig‘imlarini saqlash, namoyish qilish va ko‘rsatish. Yevropada o‘rta asrlarda kolleksiya yig‘ish……48

4-mavzu: Dunyoviy xazinalar va xususiy kolleksiya yig‘ish.....61

5-mavzu. Jahonning yetakchi muzeylari …….88

6-mavzu: Yevropa muzeylarining rivojlanish tarixi……..102

7-mavzu: Muzeylarning turlari va tasnifi.....118

8-mavzu: Muzey auditoriyasi va uni o‘rganish.....138

9-mavzu: Muzey pedagogikasi. Bolalar muzeylari……146

10-mavzu: Ekomuzeylar……168

11-mavzu: Muzey faoliyatida ijtimoiy muammolar negizida jamiyat bilan hamkorlik omillari…….175

12-mavzu: Muzeylarning pablik relayshnz tizimi, menejment va marketingni rivojlantirish masalalari…….201

13-mavzu: Muzeylar rivojida innovatsion texnologiyalar……..248

14-mavzu: Jahon muzey tashkilotlarining rivojlanish tarixi……..258

15-mavzu: O‘rta Osiyo hududida muzeychilik an’analarining shakllanish jarayoni.....264

FOR AUTHOR USE ONLY