

**RASSOM MENEJER SIFATIDA: MUAMMOLAR VA
ISTIQBOLLAR**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14984818>

Nasirdinov Avazbek XXX

Kamoliddin Behzod nomidagi

Milliy rassomlik va dizayn instituti o'qituvchisi

nasirdinovichavazxon@gmail.com

Annotasiya

Bugungi kunda rangtasvir san'ati nafaqat ijodiy jarayon, balki biznes tamoyillarini ham o'z ichiga oladigan murakkab tizimga aylangan. Rassomlar o'z ijodiy faoliyatlarini samarali yuritishlari uchun menejerlik qobiliyatlariga ega bo'lishlari zaruratga aylanib bormoqda. Ushbu maqola orqali rassomning menejer sifatidagi o'rnini, uning tarixiy ildizlarini, duch keladigan muammolar va kelajakdagi istiqbollari ilmiy jihatdan tahlil qilib ko'ramiz.

Kalit so'zlar

rassom, menejer, marketing, Ijod, asar.

Kirish. Eng avvalo "rassom" deb kimlar aytiladi. Rassom (arab.) – tasviriy san'at sohasidagi ijodkor. Qog'oz, karton, mato va boshqa materiallarga, shuningdek, binolarning devor va shiftlariga turli usullarni qo'llagan holda badiiy asar yaratuvchi san'atkor "rassom" inson faoliyati, hayoti uchun zarur bo'lgan narsalarning shaklini, hajmini yaratishga, ularni did bilan bezatishga ham hissa qo'shadi.¹⁰

Rassomlar o'z asarlarida turli mavzularni ifodalash orqali ijodkorlik qobiliyatlarini namoyon etadilar. Ular tarix davomida turli madaniyatlar va davrlarda muhim rol o'ynagan, san'atning rivojlanishiga katta hissa qo'shgan bo'lib rassomlar o'z asarlarida ijtimoiy, siyosiy, madaniy yoki shaxsiy mavzularni ko'pincha ifodalaydilar. Ular san'at galereyalarida, muzeylarda, ko'rgazmalarda va boshqa ijodiy maydonlarda o'z asarlarini namoyish etadilar. Rassomlar san'at tarixida Leonardo da Vinchi, Pablo Picasso, Vincent van Gok va Ilya Repin kabi mashhur shaxslar bilan tanilgan.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. "Menejer" deb kimlar nazarda tutiladi! "Menejer" (inglizcha: manager – boshqaruv) bu tashkilot yoki shaxsning faoliyatini boshqarish, rejalashtirish va rivojlantirish bilan shug'ullanadigan mutaxassis.

¹⁰ O'zbekiston milliy ensiklopediyasi

Menejer boshqaruv tamoyillariga asoslanib, maqsadga erishish yo'lida resurslarni samarali taqsimlaydi.

Rassom menejer – bu nafaqat ijodiy jarayon bilan shug'ullanadigan, balki o'z san'atini targ'ib qilish, sotish va boshqarish qobiliyatiga ega bo'lgan rassomdir. U marketing, moliyaviy rejalashtirish, ko'rgazmalar tashkil etish, brend yaratish va san'at bozorida o'z o'rnini mustahkamlash bilan shug'ullanadi. Rassomning menejer sifatidagi roli uning ijodiy faoliyatini nafaqat san'at nuqtayi nazaridan, balki marketing, biznes va strategik rejalashtirish doirasida ham yuritish bilan bog'liq.

Rassom menejer sifatida vazifasi nimalardan iborat. Rassomning menejer sifatida quyidagi asosiy vazifalari mavjud:

a) Ijodiy va biznes strategiyasini ishlab chiqish – O'z san'at yo'nalishini aniq belgilash, ijodiy faoliyatni biznes model sifatida shakllantirish.

b) Marketing va brend yaratish – Rassom sifatida tanilish, auditoriya va mijozlar bazasini kengaytirish.

c) Ko'rgazmalarni tashkil qilish – Shaxsiy va guruh ko'rgazmalarini rejalashtirish va amalga oshirish.

d) Raqamli platformalarda faoliyat yuritish – Ijtimoiy tarmoqlar, NFT bozori va onlayn san'at savdolarida ishtirok etish.

e) Moliya va investitsiyalarni boshqarish – Asarlarini sotish, grant va rezidensiyalarga ariza topshirish.

Rassomning menejerlik tarixi. Rassomning menejer sifatida shakllanishi tarixan turli bosqichlardan o'tgan. Avvaliga rassomlar faqat ijod bilan shug'ullangan bo'lsa, zamon o'tishi bilan ular o'z san'atlarini boshqarish va targ'ib qilish mas'uliyatini ham o'z zimmlariga olishgan. Antik davr va Uyg'onish (Miloddan avvalgi - XVI asr) davrda rassomlar, asosan, jamiyat yoki davlat buyurtmalarini bajaruvchi hunarmandlar sifatida ko'rilgan. O'rta asrlarda esa rassomlar usta-shogird tizimi asosida ishlagan va asosan cherkov yoki zodagonlar homiylikiga tayanishgan. Uyg'onish davrida (XIV-XVI asrlar) rassomlar mustaqil ijodiy shaxs sifatida shakllana boshladi. Leonardo da Vinchi va Mikelanjelo singari rassomlar o'zlarini targ'ib qilish bilan shug'ullangan, homiylik bilan mustaqil muzokaralar olib borgan va san'atni ilm-fan bilan uyg'unlashtirishgan. Akademik san'at va galereyalar tizimi (XVII-XIX asr). San'at akademiyalarining paydo bo'lishi bilan rassomlar uchun rasmiy ta'lim tizimi shakllandi. Shu davrda ko'plab rassomlar o'zlarining menejerlik qobiliyatlariga ega bo'lmagan, ular uchun asosan homiylik, galereyalar va kolleksionerlar menejer vazifasini bajargan. Modernizm va Avangard. XX asrda san'at an'anaviy tuzilmalardan chiqib, yangi yo'nalishlar (kubizm, ekspressionizm, surrealizm) paydo bo'ldi. Rassomlar o'z san'atlarini

targ'ib qilish uchun mustaqil harakat qilishga majbur bo'ldi. Pablo Pikasso, Salvador Dali kabi rassomlar o'z asarlarini sotish va ommaga tanitishda menejerlik qobiliyatlarini namoyon etgan.

Rassomning menejer sifatida muammolar:

1. Ijod va biznes o'rtasidagi muvozanat: Rassom sifatida ijodiy erkinlikni saqlab qolish, menejer sifatida esa tijoriy muvaffaqiyatga erishish muhim. Tijoratga haddan tashqari e'tibor berish ijodiy sifatga salbiy ta'sir qilishi, faqat ijodga urg'u berish esa moliyaviy barqarorlikni xavf ostiga qo'yishi mumkin.

2. Marketing va tanilish muammosi: Rassomning o'z san'atini bozorga moslashtirish va auditoriyaga yetkazish strategiyasiga ega bo'lishi lozim. Ko'plab rassomlar ijtimoiy tarmoqlar, san'at yarmarkalari va galereyalar bilan ishlashda tajribaga ega emas.

3. Moliyaviy barqarorlik: San'at bozori o'zgaruvchan bo'lib, doimiy daromad olish qiyin. Ko'plab rassomlar grantlar, homiylar yoki galereyalarga tayanishga majbur bo'ladi, ammo bularning barchasi raqobat yuqori bo'lgan muhitda sodir bo'ladi.

4. Galereyalar va kolleksionerlar bilan ishlash: Nufuzli galereyalar yoki kolleksionerlar bilan hamkorlik qilish imkoniyatlari cheklangan. Ko'plab yangi rassomlar san'at bozorida joy olishda qiyinchiliklarga duch kelishadi.

5. Huquqiy va kontrakt masalalari: Mualliflik huquqi, asarlarni litsenziyalash, shartnomalar tuzish kabi huquqiy jihatlar ko'plab rassomlar uchun murakkablik tug'diradi. Noto'g'ri tuzilgan kelishuvlar san'atkorning huquqlarini buzishi yoki moliyaviy yo'qotishlarga olib kelishi mumkin.

6. Texnologik o'zgarishlarga moslashish: NFT, raqamli san'at va sun'iy intellektning rivojlanishi yangi imkoniyatlar yaratgan bo'lsa ham, ularni to'g'ri tushunish va ulardan foydalanish uchun maxsus bilim va ko'nikmalar talab etiladi.

7. Ijodiy charchoq va motivatsiya yetishmovchiligi: Rassomlar ko'pincha marketing yoki menejerlik ishlari bilan shug'ullanib, ijodiy motivatsiyani (maqsad sari undovchi ichki energiya) yo'qotishi mumkin. Sababi ijod bilan shug'ullanish uchun ruxan erkin, fikr hamda o'ylar ijod uchun yo'naltirirlishi talab etiladi. Bu borada rassom vaziyatdan unimli foydalanish yoki tezda moslashish uchun o'z ruxiyatini boshqara olishlikda ichki energiya ya'ni motivatsiya juda muhim hisoblanadi.

8. Ijodkorning shaxsiy muammolar: Rassomlar ko'pincha hissiy jihatdan sezgir bo'lishadi va ularning shaxsiy muammolari (masalan, stress, tashvishlar yoki sog'liq muammolari) ularning faoliyatiga ta'sir qilishi mumkin.

Natijalar. Rassom menejer bo'lishi uchun nafaqat ijodiy, balki biznes, marketing, psixologik va huquqiy bilimlarga ega bo'lishi lozim. Ushbu

muammolarni yengish uchun san'at biznesi, raqamli marketing va san'at menejmenti sohalarida bilimga ega bo'lish hamda samarali strategiya ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Rassom menejer sifatida istiqbollar

Zamonaviy san'at olamida rassomning menejer sifatida rivojlanish imkoniyatlari kengayib bormoqda. Ijod va biznesni uyg'unlashtira olgan rassomlar o'z asarlarini muvaffaqiyatli targ'ib qilib, mustaqil ijodkor sifatida o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin.

1. Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalar orqali san'atni global auditoriyaga taqdim etish. O'zining shaxsiy brendini yaratish va san'at ixlosmandlari bilan bevosita bog'lanish. Onlayn san'at darslari, bloglar va video kontent orqali qo'shimcha daromad manbalarini yaratish.

2. NFT (non-fungible token) texnologiyasi rassomlarga o'z asarlarini global bozorda sotish va mualliflik huquqlarini himoya qilish imkonini beradi. Raqamli san'at va virtual san'at galereyalari tobora ommalashib, rassomlarga yangi savdo maydonlari ochib bermoqda.

3. Rassomlar xalqaro tashkilotlar tomonidan taqdim etilayotgan grantlar va rezidensiyalarga ariza topshirib, o'z faoliyatlarini qo'llab-quvvatlashlari mumkin. Xalqaro san'at festival va biennalelarda ishtirok etish orqali tanilish imkoniyatini oshirish.

4. Interer dizayni, video o'yinlar va kino industriyasi bilan hamkorlik qilish. San'atni boshqa sohalar bilan integratsiya qilish orqali yangi daromad manbalarini yaratish.

5. Shaxsiy onlayn yoki oflayn galereya ochish va o'z san'at asarlarini mustaqil ravishda sotish. O'z nomi ostida mahsulotlar ishlab chiqarish (printlar, dizayn buyumlari, kitoblar).

6. Sun'iy intellekt yordamida yangi ijodiy uslublarni o'rganish va san'at jarayonini takomillashtirish. Virtual va kengaytirilgan reallik texnologiyalari orqali yangi turdagi asarlar yaratish.

Xulosa. Rassom menejerlik zamonaviy san'at olamida muhim rol o'ynaydi. Faqat ijod bilan shug'ullanishning o'zi yetarli emas - rassom o'z asarlarini targ'ib qilish, sotish va auditoriyasini kengaytirish uchun menejerlik qobiliyatlariga ham ega bo'lishi kerak. Menejerlik san'atkorning moliyaviy mustaqilligini ta'minlab, uning ijodiy faoliyatini barqaror rivojlantirishga yordam beradi. Shuningdek, shaxsiy brend yaratish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish rassomga xalqaro miqyosda tanilish imkoniyatini beradi. Bugungi san'at bozori shiddat bilan o'zgarayotgan bir paytda, rassomning menejerlik qobiliyatlariga ega bo'lishi uning mustaqilligini oshiradi va ijodiy

erkinligini saqlab qolish imkonini beradi. Shu sababli, rassom menejerlik - bu san'at va biznesni uyg'unlashtirgan holda muvaffaqiyatga erishishning muhim shartidir.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ilyina T.V. History of Art-M., 2003- 407 p.
2. Collective creativity - art alphabet. edited by Max Frey
3. <https://artvernissage.art/uz/artists/10/>
4. <https://art-blog.uz/archives/13367>