

O'ZBEKISTONDA MADANIYAT VA SAN'AT MUASSASALARINI TURIZM FAOLIYATI ORQALI RIVOJLANTIRISHDA TARG'IBOTNING O'RNI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17784695>

Rustamov Muhammad

*O'zbekiston davlat san'at va madaniyat instituti
"Madaniyat va san'at menejmenti" kafedrasi o'qituvchisi*

Annotatsiya

Mazkur maqolada O'zbekistonda madaniyat va san'at muassasalarini turizm faoliyati orqali rivojlantirishda targ'ibotning o'rni haqida so'z yuritiladi. Shuningdek, xorijda targ'ibot vositalari orqali turistlarga yaratilgan qulayliklar tahlil qilinib, turistlar oqimini ko'paytirishning yangi usullaridan foydalanish zarurligi qayd etiladi. Milliy hunarmandchilik, madaniy tadbirlar, musiqa va raqs san'atining tuzrim rivojiga ta'siriga qisqacha to'xtalib o'tiladi. O'zbekistonda madaniyat va san'at muassasalariga turistlarni yanada ko'proq jalb qilishda zamonaviy yo'riqnomalar ishlab chiqish taklifi ilgari suriladi.

Kalit so'zlar

madaniyat va san'at muassasalari, turizm faoliyati, targ'ibot, folklor va festival tadbirlari.

РОЛЬ ПРОПАГАНДЫ В РАЗВИТИИ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА УЗБЕКИСТАНА ЧЕРЕЗ ТУРИСТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Аннотация

В данной статье рассматривается роль пропаганды в развитии учреждений культуры и искусства Узбекистана посредством туристической деятельности. Анализируются удобства, созданные для туристов за рубежом через различные инструменты продвижения, а также подчёркивается необходимость применения новых методов для увеличения туристического потока. Кратко освещается влияние национального ремесленничества, культурных мероприятий, музыкального и танцевального искусства на развитие туризма. Вносятся предложения по разработке современных путеводителей, направленных на дальнейшее привлечение туристов в учреждения культуры и искусства Узбекистана.

Ключевые слова

учреждения культуры и искусства, туристическая деятельность, пропаганда, фольклорные и фестивальные мероприятия.

THE ROLE OF PROMOTION IN DEVELOPING CULTURAL AND ART INSTITUTIONS OF UZBEKISTAN THROUGH TOURISM ACTIVITIES

Abstract

This article examines the role of promotion in developing cultural and art institutions in Uzbekistan through tourism activities. It analyzes the conveniences created for tourists abroad through various promotional tools and emphasizes the need to adopt new methods to increase tourist inflow. The impact of national handicrafts, cultural events, music, and dance arts on the development of tourism is briefly discussed. The article also proposes developing modern guides aimed at further attracting tourists to Uzbekistan's cultural and art institutions.

Keywords

cultural and art institutions, tourism activities, promotion, folklore and festival events.

Turli faoliyat sohalari sayohatga bo'lgan kuchli motiv va turistik yo'nalishga qiziqish uyg'otishi mumkin. Turistlarning turli guruh va kategoriyalari uchun yo'nalishning jozibadorligiga ta'sir qiluvchi muhim o'zgaruvchilar uning madaniy va ijtimoiy xususiyatlari hisoblanadi. Madaniyat deb inson faoliyatini uning turli ko'rinishlarida tushunish mumkin, bunda insonning o'zini ifoda etish va o'zini anglash shakllari, shuningdek, inson va jamiyat tomonidan to'plangan ko'nikma va malakalar kiradi. Madaniyat barqaror inson faoliyati shakllarining majmuasi bo'lib, ularsiz inson faoliyati davom eta olmaydi, demak, u mavjud bo'lishi ham mumkin emas. Turistlarda eng katta qiziqish uyg'otadigan madaniyat elementlari: san'at, fan, din, tarix bo'lib, ular turizm sanoatining rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Musiqa va raqs faoliyati bilan shug'ullanadigan madaniyat va san'at muassasalari turistlari o'ziga keng jalb qiladigan alohida ahamiyatga ega madaniy faoliyatdir. Mintaqaning musiqa salohiyati madaniyatning jozibali elementlaridan biri hisoblanadi. Ba'zi mamlakatlarda musiqa turistlarni jalb qilishning asosiy omili sifatida namoyon bo'ladi. Mashhur musiqa festivallari har yili minglab ishtirokchilarni jamlaydi. Ko'plab kurort mehmonxonalari mehmonlarini kechki ko'ngilochar dasturlar, folklor kechalari va kontsertlar vaqtida milliy musiqalar bilan tanishtiradi. Milliy musiqaning audiotasmalari, ularning ko'pchilik turistik markazlarda sotilishi, turistlarni xalq madaniyati bilan tanishtirishning ajoyib vositasidir.

Milliy hunarmandchilik sohasi esa, sayyohlarni qabul qiluvchi mintaqalar ularga mahalliy ustalar va hunarmandlar tomonidan tayyorlangan (fabrika yoki hunarmandchilik uslubida) keng turdagi sovg'a buyumlarini taklif qilishi kerak. Sovg'alar mamlakat haqida yaxshi xotira bo'ladi. Biroq, shuni yodda tutish lozimki, esdalik sovg'asi tashrif buyurilgan mamlakatda emas, balki boshqa joyda ishlab chiqarilgan bo'lsa, turist uchun uning ahamiyati yo'qoladi va soxta deb qabul qilinadi. 2025-yilning 22-26-iyul kunlari Dunyo hunarmandlari uyushmasi kengashi prezidenti boshchiligidagi delegatsiya Qo'qon va Shahrixon shaharlariga hunarmandlik maqomini berish uchun O'zbekistonga keldi. Mehmonlar hunarmandlarimiz bilan muloqot qilar ekan, har biridan, avvalo, "Sen haqingdagi ma'lumotni qayerdan olaman, kataloging bormi?" deb so'radi. Prezidentimiz bilan suhbat chog'ida xalqaro ekspertlarning ayni savoliga chiroyli yechim berildi, desak xato bo'lmaydi.

Endilikda lider hunarmandlar bir platformaga birlashtirilsa, O'zbekistonga tashrif buyurgan har bir chet ellik mehmonda undan foydalanish imkoni bo'ladi. Demak, O'zbekistonda ham hunarmandlarning yagona elektron platformasi bo'lishi, unda mahsulot va uning kelib chiqish tarixi aks etib turishi kerak hamda bu kechiktirib bo'lmaydigan ish. Buyuk Britaniya qirollik fondi bilan hamkorlikda Toshkent shahrida akademik platforma yaratish rejalashtirilgan. Platformada magistrlar tayyorlash, tadqiqotlar o'tkazish, o'quv qo'llanmalar joriy etish orqali 3 mingdan ziyod iqtidorli hunarmand bosqichma-bosqich qamrab olinishi ko'zda tutilyapti. Keyinchalik u amaliy san'at maktabiga aylantirilishi ham o'z samarasini beradi. Nukusdagi yaqin kelajakda kreativ klasterga aylantiriladigan "Istiqlol" bog'ida hunarmand va dizaynerlarga ta'lim beradigan Orol maktabini tashkil qilish rejasi esa soha vakillari farovonligi yo'lidagi sa'y-harakatlardan biri sifatida qimmatli. Prezidentimiz sentabr-noyabr oylarida Buxoroda bo'lib o'tadigan birinchi zamonaviy san'at biyennalesi kabi tadbirlar madaniy turizm rivojida muhim o'rin tutishi, bunday yirik anjumanlarni yuqori saviyada tashkil qilish kerakligini ta'kidladi. Darhaqiqat, sayyohlik salohiyatimizni oshirishga keng imkon beradigan har qanday tadbirni shunchaki tashkil etib bo'lmaydi. Zero, bunday imkoniyatdan hunarmandlarimiz g'oyat unumli foydalanyapti. Ularning manfaati - xalqimizning manfaati[1:6]. Demak, ma'lum bo'ladiki, Lider hunarmandlar uchun bir platforma yaratish madaniyat va san'atni rivojlantirish hamda targ'ib qilishda juda samarali qadam bo'ladi. Milliy hunarmandchilik va san'at an'analari keng ommaga yetkaziladi, shu bilan birga ular saqlanib qoladi va rivojlanadi. Platforma orqali madaniy meros va xalq san'ati namunalari ko'rsatiladi, yangi avlod vakillari bilan tanishtiriladi. Turistik yo'nalishlar uchun xos bo'lgan va dunyoning turli burchaklaridagi sayyohlarni qiziqtira oladigan

madaniy tadbirlarni (folklor, festival va boshqa tadbirlar) o'tkazish maqsadga muvofiqdir[2:4].

Tadbirlar xalq an'analari, ijodiy yo'nalishlar va hunarmandchilikni keng auditoriyaga yetkazadi. Chunonchi, jamiyatda milliy o'zlikni mustahkamlashga xizmat qilib, turizm salohiyatini oshirib, hududiy va xalqaro miqyosda mamlakatni tanitishda samarali vosita sifatida xizmat qiladi. Natijada, madaniyat va san'atning targ'iboti yanada kengayadi. 2025-yil yanvar-oktabr oylari bo'yicha O'zbekistonga turistlar tashrifi statistikasiga qaraganda, jami tashrif buyurgan chet ellik turistlar soni 9 731 918 nafarni tashkil etadi. 2024-yilga solishtirganda, o'sish sur'ati (yillik) quyidagicha: absolyut o'sish 3 200 000 nafar bo'lib, 197 ta davlatdan turistlar yurtimizga tashrif buyurishgan. Jins bo'yicha taqsimot:

Toifa	Soni	Ulushi (%)
Erkaklar	5 273 836	54.2 %
Ayollar	4 458 082	45.8 %
Jami	9 731 918	100 %

Yosh guruhlari bo'yicha taqsimot:

Yosh toifasi	Soni	Ulushi (%)
0-18 yosh	1 280 688	13.2 %
19-30 yosh	1 590 907	16.4 %
31-55 yosh	4 888 764	50.2 %
56 yosh+	1 971 559	20.2 %
Jami	9 731 918	100 %

Inson o'zining turistik sayohati yo'nalishini tanlar ekan, ko'pincha milliy an'analar va ma'lum bir hududning tabiiy landshaftining ahamiyati, shuningdek, tarix va madaniyat haqidagi bilimlariga asoslangan qiziqish uni harakatga keltiradi. Shu bilan birga, ta'kidlash kerakki, madaniy-geografik "markerlar" albatta o'tmish bilan bog'liq bo'lishi shart emas. Ular real vaqtning o'zida ham muvaffaqiyatli yaratilishi mumkin [3:155].

O'zbekistondagi madaniyat va san'at muassasalari ham yurtimizning uzoq tarixi, madaniyati, urf-odat va an'analari haqida ma'lumot berguvchi ma'naviyat maskanlari hisoblanadi. Bugungi kunda ularni yanada targ'ib qilishga ehtiyoj g'oyatda yuqori hisoblanadi. O'zbekistonga tashrif buyurgan chet ellik turistlar soni 9 731 918 nafarni tashkil etar ekan, ularga madaniyat va san'at muassasalarimizni targ'ib qilsak, sohada katta ham ma'naviy ham iqtisodiy

muvaffaqiyatga erishgan bo'lamiz. Endi xorijdagi zamonaviy yo'riqnomalarning ahamiyatiga ham to'xtalib o'tamiz.

Xorijda turizm sohasida bunday diskurs janrlari keng qo'llaniladi: buklet, prospekt, brossyura, ma'lumotnoma, yo'riqnoma, kataloglar, sayohatchi yozuvlari, maqolalar va boshqalar. Ularning barchasi yozma-ma'lumot beruvchi janrlarga kiradi. Chunki ularning asosiy vazifasi potensial sayyohlarga ma'lumot yetkazishdir. Turistik prospektlar, brossyuralar va yo'riqnomalarning diskurs janrlari eng keng tarqalgan va shuning uchun turizm biznesida ishlatiladigan bosma, nodavriy ma'lumotnoma nashrlari sifatida talab yuqori. Turistik diskursning yo'riqnoma janrini batafsil ko'rib chiqaylik. Yo'riqnoma (yoki gid) – bu mamlakat, hudud, shahar, tarixiy joy, muzey yoki turistik marshrut haqida iqtisodiyot, tarix va diqqatga sazovor joylar haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga olgan bosma, elektron yoki audiovizual ma'lumotnoma nashridir. Sayyohlar tomonidan notanish hududda yaxshiroq yo'naltirish maqsadida ishlatiladi. Yo'riqnomaning tuzilishi ko'pincha tavsiya etilgan marshrutlarga asoslangan bo'lib, ta'rif berilayotgan hududdagi diqqatga sazovor joylarni ko'rish tartibiga moslashtiriladi.

Zamonaviy yo'riqnoma muallif/tuzuvchi tomonidan aniqlangan pragmatika va kommunikativ strategiyaga ega bo'lgan so'zli janr bo'lib, u reklama va ideologik diskursga kiritilgan hamda ta'rif berilayotgan makonning qabul qilinishini aniq modellashtiradi. Bunday modellashtirishning retorik vositalari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Ko'rish uchun obyektlarni tanlash;

Ularni maxsus belgi, yulduzcha tizimi yoki xarakteristikada qiymatli sifatlardan foydalanish orqali ierarxiyasini yaratish;

Avtoritet fikrlarga havolalar kiritish;

Turli uslubiy registrnlarni amaliyotga joriy etish.

Turizm sohasidagi mutaxassislar zamonaviy bosma yo'riqnomalarning olti turini ajratib ko'rsatadilar.

“Evropa seriyasidagi Fodor's hozirgi kunda mavjud bo'lgan eng eski seriya – 1936-yilda Yujin Fodor tomonidan nashr etilgan Evropa yo'riqnomasi bilan boshlangan. Bu seriyada birinchi marta nafaqat diqqatga sazovor joylar, balki zamonaviy hayot ham tasvirlanib, amaliy ma'lumotlar kiritilgan va yo'riqnomalar muntazam yangilanib, hayotdagi o'zgarishlarni aks ettiradigan bo'lgan. Frommers seriyasi o'rta sinf amerikalik sayyohlar uchun mo'ljallangan. Kitoblarda rangli fotosuratlar yo'q va xaritalar juda kam uchraydi. Biroq har bir, hatto eng kichik shahar uchun batafsil mehmonxona va restoranlar ro'yxati kiritilgan. Ushbu seriya yo'riqnomalari asosan avtomobil bilan sayohat qiluvchilar uchun mo'ljallangan.

Yuqoridagi xorij tajribasini o'rganganimizda O'zbekistonda madaniyat va san'at muassasalarini bolalar orasida reklama va targ'ib qilishda samarali yo'riqnoma va ma'lumotnomalar tayyorlash zarurati kundan-kunga oshib borayotganini ko'rishimiz mumkin. Bunday yo'riqnomalar bolalar psixologiyasi va didini hisobga olgan holda ishlab chiqilishi kerak. Ular ma'lumot beruvchi, o'quvchi yoki foydalanuvchi uchun interaktiv va qiziqarli bo'lishi lozim.

Ayniqsa, yo'riqnomalarda diqqatga sazovor joylar, muzeylar, teatr va galereyalar haqida asosiy ma'lumotlar keltirilishi kerak. Har bir muassasa yoki eksponatning tarixi, o'ziga xosligi, san'at asarlarining ahamiyati bolalar tushunishi mumkin bo'lgan soddalashtirilgan va rang-barang shaklda berilishi muhim.

Matn qisqa va sodd bo'lishi, murakkab tushunchalar oddiy misollar va hikoyalar orqali izohlanishi lozim. Shu bilan birga, vizual materiallarga alohida e'tibor berish kerak. Rangli fotosuratlar, chizmalar, karikaturalar, infografikalar, o'yinli elementlar va kartalar bolalar e'tiborini tortadi. Masalan, eksponatlar joylashgan hududning xaritasi yoki marshrut ko'rsatkichlari bilan birga berilishi bolalarni o'zaro bog'lanish va yo'naltirishga yordam beradi. Interaktiv qutilar, qimmatbaho ob'ektlar yoki ko'rgazmali elementlar orqali ular eksponatlarni ko'rish jarayonida qiziqish uyg'otadi.

IT sohasi mutaxassislarini jalb qilgan holda, ma'lumotnomalar interaktiv va o'yin elementlari bilan boyitilishi mumkin. Masalan, muzey yo'riqnomalarida savol-javoblar, viktorinalar, rasm chizish yoki qisqa topshiriqlar kiritish orqali bolalarning faol ishtirokini ta'minlash mumkin. Yo'riqnomalar turli formatlarda tayyorlanishi lozim. Bosma variantlar rang-barang va bardoshli qog'ozlarda nashr etilishi mumkin, elektron yoki mobil ilova shaklidagi interaktiv yo'riqnomalar esa bolalar va ota-onalar uchun qulay bo'ladi. Virtual ekskursiyalar, 3D modellar va video kliplar orqali bolalar o'qib va ko'rib o'rganish imkoniga ega bo'ladi. Unda bolalar uchun qiziqarli voqealar, mashhur san'atkorlar yoki aktyorlar bilan qisqa intervyular, kelajakdagi ko'rgazmalar va tadbirlar haqida ma'lumot berilishi ularni madaniyat muassasalariga jalb qiladi. Bunday yo'riqnoma va ma'lumotnomalar doimiy yangilanib turishi lozim. Yangi ko'rgazmalar, san'at asarlari, teatr spektakllari, bolalar uchun mo'ljallangan maxsus dasturlar kiritilishi, shuningdek, bolalarning fikrlari va qiziqishlarini hisobga olgan holda mazmunni boyitish zarur. Bu orqali bolalarning san'atga qiziqishi ortib, muzey, teatr, galereya kabi muassasalarni tomosha qilish istagi yanada yuqorilaydi.

Xorijda bu kabi targ'ibot materiallari va usullari judan ko'p bo'lib, yildan-yilga yangilanib, eskilari o'z qiymatin ma'lum muddat o'tgandan keyin yo'qotib boraveradi. Amerikalik Rick Steve's seriyasi mashhur amerikalik teleko'rsatuv muallifi Rik Stivens tomonidan yaratilgan bo'lib, u yengil hazil-uslubida

amerikaliklar Evropada qanday sayohat qilishlari yaxshiroq ekanini tushuntiradi. Ushbu seriyada “Europe through the Back Door” (“Orqa eshik orqali Yevropa”) nomi ostida 30 dan ortiq Evropa yoʻriqnomalari nashr etilgan. Fransuz Michelin seriyasidagi kitoblar asosan avtomobilchilar uchun moʻljallangan va koʻproq diqqatga sazovor joylarni koʻrishni xohlovchilar uchun moʻljallangan. Buning uchun barcha diqqatga sazovor joylar yulduzchalar darajasiga koʻra tartiblangan. Xususiy formati, noyob maʼlumot va xaritalarning mavjudligi ushbu yoʻriqnomalarni qulay va foydali qiladi. Maʼlumotlar taqdimoti alifbo tartibida. Gourmetlar uchun restoranlar boʻyicha gastronomik yoʻriqnomalar nashr etiladi (Michelin restoran reytingi dunyoda eng obroʻli hisoblanadi), avtomobilchilar uchun esa yaxshi xaritalar mavjud.

Rossiyadagi “Vokrug sveta” seriyasida ikki poligrafik formatdagi kitoblar nashr etiladi: qora-oq rangli rangli qoʻshimchalar bilan va toʻliq rangli, hajmi 360 sahifagacha. Har bir “Vokrug sveta” yoʻriqnomasi sayohat muxbirlari tomonidan tayyorlangan kitobdir. Ular mamlakat shaharlarini kezib, mehmonxonalarda turib, restoranlarda ovqatlanib, diqqatga sazovor joylarni oʻrganib, avtovokzal, temir yoʻl vokzali, portlar va aeroportlarga tashrif buyuradilar. Transport vositalari, avtobus, samolyot jadvalini qayd etadilar. Mashina ijaraga olib, pullik va bepul yoʻllardan foydalanadi. Keyin oʻz vatanilariga qaytib, koʻrganlarini professional tarzda yaxshi rus tilida tasvirlaydilar, barcha toʻplangan maʼlumotni aniq yetkazadilar va shu bilan birga subʼektiv intonatsiyani saqlaydilar. Shunday qilib, yoʻriqnoma janrining rivojlanish tarixi, avvalo, Evropa hududida, bosma nashrlar dominant boʻlganini koʻrsatadi. Ular keng tarqalgan va katta talabga ega boʻlgan. Ushbu janr matnlarini dastlabki tahlil shuni koʻrsatadiki, barcha turdagi yoʻriqnomalar (guide de voyage) ikki asosiy turga boʻlinadi:

reklama-maʼlumotnoma va maʼlumotnoma-reklama nashrlari, prospekt, buklet va brosyuralar bilan ifodalangan;

mualliflik yoʻriqnomalari, axborot-reklama va maʼlumotnoma-ensiklopedik nashrlar sifatida taqdim etilgan.

Mazmun hajmi va maqsadga qarab farq qilsa ham, ikkala turdagi yoʻriqnomalarning asosiy (konservativ) qismi bir xil. U tarixiy maʼlumot, diqqatga sazovor joylar taʼrifini, xarita, yodgorliklarning joylashuvi, tashrif va narxlari, ekskursiya dasturlari, yaqin atrofdagi kafelar va sovgʻa doʻkonlari, imkoniyati cheklangan shaxslar uchun maʼlumot va zarur telefon raqamlarini oʻz ichiga oladi. Mualliflik yoʻriqnomalarida maʼlumotning oʻzgaruvchan qismi mavjud boʻlib, u avvalo konservativ qismni kengaytirish natijasida shakllanadi. Bundan tashqari, uning mazmuni kirish soʻzi, yaqin atrofdagi doʻkonlar, dam olish joylari, mehmonxonalar tafsilotlari, alifbo-tarkibiy indeks, bibliografiya, hamkasblar va

homiylarga minnatdorchilik, shuningdek muallif(lar) haqida ma'lumot bilan ta'minlanadi. Ma'lumotnoma-ensiklopedik turdagi mualliflik yo'riqnomalarida madaniyatshunoslik ma'lumotlari ham mavjud bo'lib, ular o'quvchining fon bilimlarini kengaytirishga qaratilgan va odatda asosiy matndan tashqarida, masalan, maxsus qutilarda joylashtiriladi.

Yo'riqnoma mamlakatning tabiiy, iqtisodiy va madaniy-ijtimoiy xususiyatlari haqidagi eng muhim axborot manbai sifatida xalqning tashrif qog'ozi bo'lib, turli mamlakat vakillari o'rtasida madaniy makonda bog'lanishni ta'minlaydi. U tuzilish jihatidan va turli moduslar, nutq taktikalari, verbal va noverbal kodlarni qamrab olishi jihatdan eng murakkab nashr hisoblanadi[4:2].

O'zbekistonda madaniyat va san'at muassasalarini turizm faoliyati orqali rivojlantirishda targ'ibotning o'rni nihoyatda muhim. Sababi, mamlakatning turistik jozibadorligini oshirishga xizmat qiladi. Samarali targ'ibot vositalari hisoblangan, madaniy tadbirlar, festival va folklor dasturlari, hunarmandchilik ko'rgazmalari turistlar oqimini sezilarli darajada ko'paytirishga qodir. Shuningdek, xorijiy targ'ibot tajribasini o'rganish va uni milliy sharoitga moslashtirish madaniyat muassasalarining ijodiy salohiyatini yanada oshiradi. Zamonaviy yo'riqnomalar, multimedia kontenti va interaktiv platformalarni yaratish esa turizm xizmatlari sifatini yaxshilab, madaniy-ma'rifiy jarayonlarning ommabopligini kuchaytiradi. Umuman olganda, targ'ibotning qo'llanilishi madaniyat va san'at muassasalarining barqaror rivoji, ularning xalqaro maydondagi mavqeini oshirish va O'zbekistonning turizm salohiyatini oshirishga bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Mirzaahmedov R. Kreativ iqtisodiyotni rivojlantirish bugun har qachongidan muhim//gaz. Yangi O'zbekiston №161-son. – Toshkent.: Sharq, 2025. 6 b.
2. Прудаева Д.А. Роль культуры в развитии туризма//Материалы V Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013008106?ysclid=mij5np2uvc567848725> (дата обращения: 28.11.2025).
3. Петушкова Е. В. Ладогина А. Ю. Искусство и культура как ресурсы формирования туристической привлекательности территории // Инновации и инвестиции. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvo-i->

kultura-kak-resursy-formirovaniya-turisticheskoy-privlekatelnosti-territorii (дата обращения: 28.11.2025).

4. Розанова Юлия Николаевна Путеводитель как жанр туристического дискурса: диахронический аспект // ИСOM. 2014. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/putevoditel-kak-zhanr-turisticheskogo-diskursa-diachronicheskiy-aspekt> (дата обращения: 28.11.2025).

5. Rustamov, M. (2025). The importance of cultural and art institutions in the development of the tourism sector (on the example of the activities of theaters and cultural centers). *Academic Journal of Science, Technology and Education*, 1(6), 70-74.

6. Rustamov, V., & Umarov, X. (2023). Ma'naviy-ma'rifiy ishlarni tashkil etish va unda insonni qadrlash masalalari. *Oriental Art and Culture*, 4(1), 496-502.

7. Rustamov, M. T. (2024). MILLIY AN'ANA VA URF-ODATLARNING TURIZM SOHASI RIVOJIDA TUTGAN O'RNI. *Inter education & global study*, (9), 365-373.

8. Kalkanatov, A. (2023). THE IMPORTANCE OF MANAGING THE PARTICIPATION OF CULTURAL AND ART INSTITUTIONS AND ORGANIZATIONS IN CULTURAL ACTIVITIES. *Journal of Innovation, Creativity and Art*, 2, 7-10.

9. Kalkanatov, A. (2023). PROFESSIONAL QUALIFICATION OF THE MANAGER IN THE CULTURAL FIELD. *JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE*, 2, 19-23.

10. Nazarbai, K. A. (2023). NEW VOICE IN UZBEK DIRECTION. *Journal of Innovation, Creativity and Art*, 2, 65-70.

11. QOLQANATOV, A. (2024). MA'DANIYAT VAZIRLIGI VA MADANIYAT MARKAZLARI: TARIXIY TARAQQIYOT JARAYONLARIDAN. *News of UzMU journal*, 1(1), 1.

12. MUZAFFAROVA, S. (2019). THE PROBLEM OF GENRE IN THE DEVELOPMENT OF UZBEK NATIONAL VARIETY ART. *Culture and Arts of Central Asia*, 11(1), 38-43.

13. QOLQANATOV, A. (2023). "O'ZBEKKONSERT" DAVLAT MUASSASASI FAOLIYATI: TADQIQOT VA TAHLIL. TA'LIM VA INNOVATION TADQIQOTLAR, 12, 8-14.

14. Yusupaliyeva, D. Q. (2024). NOMODDIY MADANIY MEROSNI MUHOFAZA QILISH, ASRASH VA TARG'IB ETISH MASALALARI. *Inter education & global study*, (4 (1)), 334-342.

15. Юсупалиева, Д. К. (2015). Некоторые страницы деятельности региональных телевещательных компаний в Узбекистане. *Культура. Духовность. Общество*, (17), 34-38.

16. Музаффарова, С. Х. (2019). Музыка и её эстетическое значение в духовном наследии средневековых мыслителей Востока. *European Journal of Arts*, (3), 22-25.
17. Юсупалиева, Д. К. (2017). Телевидение Узбекистана как источник духовно-нравственного обновления общества. *Апробация*, (1), 100-102.
18. Ganieva, E. R. (2015). Prospects of development and modernization of cinema reproduction channels in Uzbekistan. in the world of science and art: questions of Philology, art criticism and cultural studies. no. 43.
19. Юсупалиева, Д. К. (2017). Некоторые аспекты становления и развития телевидения Узбекистана. *Апробация*, (1), 103-106.
20. Nuratdinov, T. E. (2024). MUSIQA FANINI O 'QITISHDA PEDAGOGNING O 'RNI VA MAHORATI. *Inter education & global study*, (1), 109-114.
21. Yusupalieva, D. K. (2020). Development of mutually beneficial cooperation of Uzbekistan within the SCO. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 5(85), 901-903.
22. Yusupalieva, D. K., & Sodirzhonov, M. M. (2017). Mass media in Uzbekistan: development trends, dynamics and prospects. *Modern Science*, (1), 23-25.
23. Yusupalieva, D. K. (2020). Political role of television in the development of national ideology. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 6(86), 665-667
24. Юсупалиева, Д. К. (2020). Основные особенности политической системы общества. *Молодой ученый*, (46), 520-522.
25. Shermanov, E. (2024). Talabalarning madaniy daxldorlik fazilatini sun'iy intellekt vositasida o 'qitish texnologiyalari. *MAKTABGACHA VA MAKTAB TA'LIMI JURNALI*, 1(8).
26. Saidovich, J. S., Uralovich, S. E., Kurbanov, A., & Erkinovna, A. N. (2022). The role of cinema in the system of education.
27. Ganieva, E. R. (2022). Genesis and Evolution: From Multi-Part TV Film to TV Series. *International Journal on Integrated Education*, 5(4), 286-290.
28. Alfiya, Q. (2023). Milliy Musiqa San'ati Va Yoshlar Tarbiyasi. *Journal of Creativity in Art and Design*, 1, 16-20.
29. Nazarbaevna, Q. A., & Serjanovich, K. S. (2024). The Importance of Scenario in Cultural Events. *EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION*, 4, 259-262.
30. Samiyev, Baxtiyor. "INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CULTURE AND ART." *Multidisciplinary Journal of Science and Technology* 4.5 (2024): 522-525.

31. Baxtiyor, Samiyev. "THEORETICAL ANALYSIS OF THE CURRENT ACTIVITY OF CULTURAL CENTERS IN UZBEKISTAN." *International Multidisciplinary Journal for Research & Development* 11 (2024).
32. Yuldasheva, M. B., & Qolqanatov, A. N. (2024). Kadrlar potentsiali ijtimoiy-madaniy sohada tashkilot faoliyati samaradorliligini oshirishshning yetakchi omili sifatida. *Inter education & global study*, (8), 58-68.