

## KREATIV IQTISODIYOT ASOSIDA MADANIYAT MARKAZLARINI MOLIYALASHTIRISH MEXANIZMLARI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19274102>

**J.M.Niyazbekov**

*O'zbekiston Respublikasi  
madaniyat vaziri maslahatchisi*

### **Annotatsiya**

Mazkur maqolada madaniyat markazlarini an'anaviy budjet ta'minotidan tashqari moliyalashtirishning zamonaviy mexanizmlari tahlil qilinadi. Kreativ iqtisodiyot tamoyillari asosida madaniyat muassasalarini o'z-o'zini qoplaydigan, daromad generatsiya qiluvchi va ijtimoiy samara beradigan tizimga aylantirish usullari ishlab chiqiladi. Shuningdek, davlat-xususiy sheriklik, madaniy xizmatlar bozori, raqamli platformalar va ijtimoiy kapitalni iqtisodiy resursga aylantirish mexanizmlari asoslanadi.

### **Kalit so'zlar**

kreativ iqtisodiyot, madaniyat markazi, moliyalashtirish, davlat-xususiy sheriklik, madaniy xizmatlar bozori, ijtimoiy kapital, madaniy industriya.

## МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕНТРОВ НА ОСНОВЕ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

### **Аннотация**

В данной статье анализируются современные механизмы финансирования центров культуры помимо традиционного бюджетного обеспечения. На основе принципов креативной экономики разрабатываются методы трансформации учреждений культуры в самокупаемые, генерирующие доход и социально эффективные системы. Также обосновываются механизмы государственно-частного партнерства, рынка культурных услуг, цифровых платформ и превращения социального капитала в экономический ресурс.

### **Ключевые слова**

креативная экономика, культурный центр, финансирование, государственно-частное партнерство, рынок культурных услуг, социальный капитал, культурная индустрия.

## MECHANISMS FOR FINANCING CULTURAL CENTERS BASED ON THE CREATIVE ECONOMY

### Abstract

This article analyzes modern mechanisms for financing cultural centers beyond traditional budget allocations. Based on the principles of the creative economy, methods are developed to transform cultural institutions into self-sustaining, income-generating, and socially impactful systems. Furthermore, mechanisms for public-private partnerships, the cultural services market, digital platforms, and the conversion of social capital into economic resources are substantiated.

### Keywords

creative economy, cultural center, financing, public-private partnership, cultural services market, social capital, cultural industry.

So'nggi yillarda madaniyat muassasalarini faqat ijtimoiy xarajat sifatida emas, balki iqtisodiy faol sub'ekt sifatida ko'rish tendensiyasi shakllanmoqda. Jahon amaliyotida madaniyat sohasi yalpi ichki mahsulotning 3–7 foizigacha ulushni tashkil etmoqda (UNCTAD. *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. New York, 2022.). Bu esa madaniyat markazlarini budjet tashkiloti modelidan kreativ iqtisodiyot ishtirokchisi modeliga o'tkazishni talab qiladi.

O'zbekistonda madaniyat markazlari aholining ma'naviy ehtiyojlarini qondirish bilan birga hududiy iqtisodiy faollikni rag'batlantiruvchi institutga aylanishi zarur.

### **Madaniyat markazlarini moliyalashtirishning an'anaviy modeli va uning cheklovlari.**

Amaldagi moliyalashtirish tizimida madaniyat markazlari asosan davlat budjeti hisobidan faoliyat yuritib, ularning barcha xarajatlari tasdiqlangan smeta doirasida rejalashtiriladi. Bunday tartib muassasa faoliyatini natijaga emas, belgilangan reja va hisobotlarni bajarishga yo'naltiradi. Masalan, yillik rejada belgilangan konsert yoki ma'naviy-ma'rifiy tadbirlar soni bajarilgani asosiy ko'rsatkich sifatida baholanadi, ammo ushbu tadbirlarda ishtirok etgan auditoriya sifati, ularning qiziqishi yoki qayta kelishi kabi omillar iqtisodiy mezon sifatida hisobga olinmaydi.

Daromad manbalarining cheklanganligi ham muassasalar faoliyatini passivlashtiradi. Ko'p hollarda to'garaklar bepul yoki simbolik to'lov asosida tashkil etiladi, binodan kun davomida foydalanish darajasi past bo'ladi, kechki

vaqtda esa madaniyat markazlari deyarli faoliyat yuritmaydi. Natijada katta infratuzilma iqtisodiy aylanmaga kirmaydi. Masalan, raqs zali yoki sahna faqat repetitsiya va bayram tadbirlari uchun ishlatiladi, ammo u yerda mahorat darslari, studiya mashg'ulotlari yoki ijara xizmatlari tashkil etilmaydi.

Shuningdek, faoliyat tadbir o'tkazishga yo'naltirilgani sababli madaniyat markazi doimiy xizmat ko'rsatuvchi platformaga aylanmaydi. Aholi muassasaga faqat bayram kunlari keladi, kundalik madaniy ehtiyoj esa shakllanmaydi. Masalan, kino namoyishlari, kreativ to'garaklar, oilaviy klublar yoki mahalliy ijodkorlar yarmarkalari muntazam yo'lga qo'yilmagani sababli binodan foydalanish doimiylik kasb etmaydi.

Bozor mexanizmlarining amalda qo'llanilmasligi ham muhim cheklov hisoblanadi. Muassasa xizmatlarini targ'ib qilish, auditoriya segmentatsiyasi, talabni o'rganish yoki hamkor tashkilotlar bilan sheriklik munosabatlari shakllanmagan. Masalan, xususiy studiyalar, ta'lim markazlari yoki ijodkorlar bilan hamkorlik shartnomalari tuzilmagani sababli qo'shimcha daromad manbalari yuzaga kelmaydi.

Natijada madaniyat markazi auditoriya ehtiyojlariga moslashuvchi xizmat ko'rsatuvchi sub'ekt emas, balki budjet ta'minotiga qaram ijtimoiy muassasa sifatida faoliyat yuritadi. Bu esa tashabbuskorlikning pasayishiga, yangi format va texnologiyalarni joriy etish sur'atining sekinlashishiga hamda aholi qamrovining cheklanib qolishiga olib keladi.

### **Kreativ iqtisodiyot – moliyalashtirishning yangi paradigmasi.**

Zamonaviy iqtisodiy yondashuvlarda madaniyat sohasi faqat ijtimoiy xarajat sifatida emas, balki qiymat yaratuvchi resurs sifatida qaralmoqda. Kreativ iqtisodiyot konsepsiyasiga ko'ra, madaniy faoliyat intellektual, ijodiy va madaniy kapitalga tayanadi hamda u orqali iqtisodiy mahsulot va xizmatlar shakllanadi. Bu esa madaniyat muassasalarini budjetga qaram tizimdan daromad generatsiya qiluvchi va o'z-o'zini rivojlantiruvchi institutga aylantirish imkonini beradi.

Ushbu yondashuvda madaniyat markazlari moliyalashtirishning ko'p manbali modeli asosida faoliyat yuritadi va daromad manbalari quyidagi to'rt asosiy guruhga ajratiladi.

**Birinchidan**, madaniy xizmatlar – aholiga bevosita ko'rsatiladigan xizmatlar orqali shakllanadi. Bularga to'garaklar, studiya mashg'ulotlari, mahorat darslari, tadbirlar tashkil etish, sahna va zallardan foydalanish xizmatlari kiradi. Bunda muassasa tadbir o'tkazuvchi emas, doimiy xizmat ko'rsatuvchi platformaga aylanadi.

**Ikkinchidan**, kreativ mahsulot – ijodiy faoliyat natijasida yaratiladigan moddiy va raqamli mahsulotlar orqali daromad shakllanadi. Masalan, audio-video

kontent, dizayn mahsulotlari, hunarmandchilik buyumlari, mahalliy brendlar, nashrlar va mediamateriallar sotuvi madaniyat markazi iqtisodiy aylanmasini ta'minlaydi.

**Uchinchidan**, tajriba iqtisodiyoti (experience economy) – ishtirokchiga hissiy va ijtimoiy tajriba beruvchi formatlar orqali amalga oshiriladi. Festivallar, interaktiv dasturlar, teatrlashtirilgan kechalar, oilaviy klublar, kvest va shou-dasturlar kabi faoliyat turlari nafaqat tomoshabinni jalb qiladi, balki xizmat qiymatini oshiradi.

**To'rtinchidan**, ijtimoiy sheriklik – davlat-xususiy sheriklik, homiylik, grantlar, jamoatchilik ishtirokida moliyalashtirish kabi mexanizmlar orqali ta'minlanadi. Bu madaniyat markazini jamoa, biznes va davlat o'rtasidagi hamkorlik maydoniga aylantiradi.

Shu tariqa kreativ iqtisodiyot tamoyillari madaniyat markazlarini xarajat talab qiluvchi muassasadan iqtisodiy va ijtimoiy qiymat yaratuvchi barqaror tizimga transformatsiya qilishga xizmat qiladi.

#### **Madaniyat markazlarini moliyalashtirishning kreativ mexanizmlari.**

Kreativ iqtisodiyot sharoitida madaniyat markazlari moliyalashtirishning diversifikatsiya qilingan, ya'ni ko'p manbali tizimiga o'tishi zarur. Bu muassasaning barqaror faoliyatini ta'minlab, uni budjet mablag'lariga to'liq qaramlikdan chiqaradi hamda iqtisodiy faol sub'ekt sifatida shakllantiradi.

**Ko'p kanalli daromad modeli** – madaniyat markazi doimiy daromad keltiruvchi xizmatlar tizimini shakllantirishi lozim. Buning uchun to'garaklar va studiya mashg'ulotlari, ijara xizmatlari, kechki formatdagi faoliyatlar hamda mahorat darslari kabi yo'nalishlar tashkil etiladi. Natijada, muassasa faqat tadbir o'tkazuvchi emas, balki kun davomida ishlaydigan xizmat platformasiga aylanadi.

**Davlat-xususiy sheriklik** – madaniyat markazlari infratuzilmasidan samarali foydalanish maqsadida xususiy sektor ishtirokini kengaytirish maqsadga muvofiq. Bu doirada studiya operatorlari, prodyuser markazlar va ta'lim klasterlari bilan sheriklik munosabatlari yo'lga qo'yiladi. Bunday hamkorlik muassasaning moddiy bazasini saqlagan holda qo'shimcha investitsiya va yangi xizmat turlarini jalb qiladi.

Madaniy xizmatlar bozori – madaniyat markazi xizmat ko'rsatuvchi platforma sifatida faoliyat yuritib, turli auditoriya guruhlar uchun mo'ljallangan xizmatlar taqdim etadi. Masalan, aholi uchun tadbirlar, biznes sub'ektlari uchun kontent xizmatlari, yoshlar uchun ta'lim dasturlari va ijodkorlar uchun ijodiy maydonlar tashkil etiladi. Shu orqali muassasa mahalliy madaniy xizmatlar bozorining faol ishtirokchisiga aylanadi.

Raqamli monetizatsiya – zamonaviy texnologiyalardan foydalangan holda onlayn to‘g‘araklar, striming translyatsiyalari, raqamli dizayn mahsulotlari va elektron bilet platformalarini joriy etish qo‘shimcha daromad manbalarini yaratadi. Bu madaniyat markazlarining faoliyatini hududiy chegaralardan chiqarib, keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi.

**Ijtimoiy kapitalni iqtisodga aylantirish** – jamoatchilik ishtirokini kuchaytirish orqali madaniyat markazlari qo‘shimcha resurslarga ega bo‘lishi mumkin. Klublar faoliyati, a‘zolik kartalari va jamoa xayriyasi mexanizmlari orqali foydalanuvchilar muassasa rivojiga bevosita hissa qo‘shadi. Bu esa madaniyat markazini faqat xizmat ko‘rsatuvchi muassasa emas, balki mahalliy hamjamiyat markaziga aylantiradi.

### **Madaniyat markazining yangi iqtisodiy modeliyu**

Madaniyat markazlari faoliyatini takomillashtirishda uning iqtisodiy modelini qayta ko‘rib chiqish hal qiluvchi ahamiyatga ega. An‘anaviy yondashuvda muassasa faoliyati asosan bino, shtat birliklari va rejalashtirilgan tadbirlarga tayanadi. Ya‘ni madaniyat markazi infratuzilmani saqlash va yillik rejada belgilangan tadbirlar sonini bajarishga qaratilgan tashkilot sifatida faoliyat yuritadi. Bu holatda asosiy e‘tibor resurslarni saqlab turishga qaratiladi: binolardan foydalanish cheklangan vaqtda amalga oshiriladi, xodimlar faoliyati tadbir tayyorlash bilan bog‘lanadi, aholi bilan muloqot esa mavsumiy tus oladi.

Masalan, konsert yoki bayram tadbiri o‘tkazilgan kunlarda muassasa faol bo‘ladi, qolgan vaqtda esa infratuzilma iqtisodiy aylanmadan tashqarida qoladi. Shu sababli madaniyat markazi auditoriya ehtiyojlariga moslashuvchi tizimga aylanmay, budjet mablag‘lariga bog‘liq holda faoliyat yuritadi.

Kreativ iqtisodiyot sharoitida esa madaniyat markazi mutlaqo boshqacha vazifani bajaradi. U alohida binoga ega tashkilot emas, balki turli ishtirokchilarni birlashtiruvchi ochiq platforma sifatida qaraladi. Bu yerda asosiy resurs infratuzilma emas, balki hamkorlik va ijodiy faoliyat hisoblanadi. Muassasa o‘z atrofida ijodkorlar, xususiy studiyalar, ta‘lim tashkilotlari, mahalliy biznes va jamoatchilikni jamlaydi.

Natijada, markazda doimiy faollik muhiti shakllanib, binodan kun davomida turli maqsadlarda foydalanish yo‘lga qo‘yiladi: kunduzi ta‘lim va mashg‘ulotlar, kechqurun madaniy dasturlar, dam olish kunlari festival va ijtimoiy tadbirlar tashkil etiladi.

Bu modelda auditoriya ham passiv tomoshabin emas, balki faol ishtirokchiga aylanadi. Masalan, yoshlar studiyalarda ijod qiladi, oilalar klub faoliyatida qatnashadi, tadbirkorlar kontent buyurtma qiladi, ijodkorlar mahsulot sotadi. Shunday qilib, madaniyat markazi faqat tadbir o‘tkazuvchi muassasa emas, balki

xizmatlar, tajribalar va ijodiy mahsulotlar aylanmasi amalga oshadigan madaniy-iqtisodiy ekotizimga aylanadi.

Natijada an'anaviy "bino + xodim + tadbir" modeli o'rnini "platforma + hamkor + auditoriya" modeli egallaydi. Bu esa muassasaning iqtisodiy barqarorligini ta'minlab, uni mahalliy ijtimoiy hayot va hududiy iqtisodiyotning faol ishtirokchisiga aylantiradi.

#### **"Platforma + hamkor + auditoriya" modeli mazmuniyu**

Kreativ iqtisodiyot sharoitida madaniyat markazi faoliyatini tashkil etishda muassasa an'anaviy ijrochi vazifasidan voz kechib, turli ishtirokchilarni birlashtiruvchi ochiq platforma sifatida faoliyat yuritadi.

Bunda markazning asosiy vazifasi barcha xizmatlarni mustaqil amalga oshirish emas, balki ularni tashkil etish uchun infratuzilma, tashkiliy sharoit va boshqaruv muhitini yaratishdan iborat bo'ladi.

Platforma sifatida madaniyat markazi bino, sahna, xonalar, texnik jihozlar, reklama va bron qilish tizimi kabi resurslarni taqdim etadi. Shu asosda turli hamkorlar – ijodiy studiyalar, ta'lim markazlari, teatr jamoalari, hunarmandlar va boshqa tashabbuskorlar markaz faoliyatiga jalb etiladi. Hamkorlar mazmun va xizmat yaratadi, madaniyat markazi esa ular uchun tashkiliy va infratuzilmaviy sharoitlarni ta'minlaydi hamda xizmatdan ulush olish orqali daromad shakllantiradi.

Ushbu modelda auditoriya faqat tomoshabin emas, balki faol ishtirokchiga aylanadi. Fuqarolar to'garaklarda qatnashadi, ijodiy faoliyat bilan shug'ullanadi, mahsulot va xizmatlardan foydalanadi hamda madaniy jarayonning bevosita ishtirokchisiga aylanadi.

Natijada, madaniyat markazi faqat alohida tadbirlar o'tkaziladigan muassasa emas, balki kun davomida turli xizmat va faoliyatlar amalga oshiriladigan doimiy ijtimoiy-madaniy muhit sifatida shakllanadi.

Shu tariqa "platforma + hamkor + auditoriya" modeli madaniyat markazini bir martalik tadbirlar tashkil etuvchi muassasadan ko'p funksiyali madaniy va iqtisodiy ekotizimga aylantiradi.

Taklif etilayotgan moliyalashtirish mexanizmlarini joriy etish natijasida madaniyat markazlari faoliyatining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligi oshishi kutilmoqda. Avvalo, muassasaning o'z daromad manbalari kengayishi hisobidan davlat budjetiga tushadigan yuk bosqichma-bosqich kamayadi. Shu bilan birga, xizmatlar va kreativ mahsulotlar aylanmasi orqali markazlarning moliyaviy mustaqilligi ortib, ularning o'zini o'zi ta'minlash imkoniyatlari kengayadi.

Doimiy faoliyat muhiti shakllanishi yoshlarni madaniy va ijodiy jarayonlarga keng jalb etishga xizmat qiladi. Natijada, madaniyat markazlari yoshlar uchun

vaqtni mazmunli o'tkazish, ko'nikmalarni rivojlantirish va ijodiy faollikni qo'llab-quvvatlash maydoniga aylanadi. Bunday muhit mahalliy tadbirkorlik va xizmat ko'rsatish sohasini rag'batlantirib, hududiy iqtisodiy faollikni oshiradi.

Shu bilan birga, aholining madaniy hayotda faol ishtirok etishi, jamoatchilik tashabbuslari va hamkorlik aloqalarining kuchayishi ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi. Natijada madaniyat markazi nafaqat madaniy xizmat ko'rsatuvchi muassasa, balki jamoatni birlashtiruvchi ijtimoiy institut sifatida shakllanadi.

Madaniyat markazlarini moliyalashtirish tizimini kreativ iqtisodiyot tamoyillari asosida qayta tashkil etish ularni an'anaviy budjetga qaram muassasadan barqaror faoliyat yurituvchi ijtimoiy-iqtisodiy institutga aylantirish imkonini beradi. Ko'p kanalli daromad manbalari, davlat-xususiy sheriklik, raqamli xizmatlar va jamoatchilik ishtirokini kengaytirish orqali markazlar o'z moliyaviy mustaqilligini ta'minlaydi hamda madaniy xizmatlar bozorida faol ishtirokchiga aylanadi.

Natijada, madaniyat markazi bir martalik tadbirlar o'tkazuvchi tashkilot emas, balki hamkorlar va auditoriyani birlashtiruvchi platforma sifatida faoliyat yuritib, hududiy iqtisodiy faollikni rag'batlantiradi, yoshlarni ijodiy jarayonlarga jalb etadi va jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlaydi. Shu tariqa kreativ iqtisodiyotga asoslangan moliyalashtirish modeli madaniyat sohasining uzoq muddatli va barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. UNESCO. *Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways*. Paris: UNESCO Publishing, 2013.
2. UNCTAD. *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. New York: United Nations, 2018.
3. Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2019.
4. Florida, R. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, 2014.
5. European Creative Hubs Network. *Creative Hubs Report*. Brussels, 2018.
6. Ministry of Culture, Sports and Tourism of Korea. *Living Culture Centers Policy*. Seoul, 2020.
7. O'zbekiston Respublikasining madaniyat sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlari to'plami. – Toshkent.
8. Kahramonovna, Y. D. (2025). CULTURE AND ART-THE FOUNDATION OF THE THIRD RENAISSANCE. *SHOKH LIBRARY*, 1(11).

9. Yusupaliyeva, D. Q. (2024). NOMODDIY MADANIY MEROSNI MUHOFAZA QILISH, ASRASH VA TARG'IB ETISH MASALALARI. *Inter education & global study*, (4 (1)), 334-342.
10. Юсупалиева, Д. К. (2020). Сущность политического прогнозирования. *Молодой ученый*, 46, 522.
11. Юсупалиева, Д. К. (2020). Основные особенности политической системы общества. *Молодой ученый*, (46), 520-522.
12. Yusupaliyeva, D. K. (2020). Development of mutually beneficial cooperation of Uzbekistan within the SCO. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 5(85), 901-903.
13. Kahramonovna, Y. D. (2025). MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ART MANAGEMENT IN NEW UZBEKISTAN. *SHOKH LIBRARY*, 1(11).
14. Kahramonovna, Y. D. (2025). ANALYSIS OF THE ARTISTIC AND IDEOLOGICAL ASPECTS OF THE SCENARIO OF MASS CULTURAL EVENTS. *SHOKH LIBRARY*, 1(11).
15. Kahramonovna, Y. D. (2025). CREATIVE PRODUCTION CONCEPT AND FUNCTIONS ANALYSIS. *SHOKH LIBRARY*, 1(11).
16. Kahramonovna, Y. D. (2025). CULTURAL AND RECREATIONAL PARK MANAGEMENT AND ORGANIZING PROPER REST. *SHOKH LIBRARY*, 1(11).
17. Дилафруз, Ю. (2024, December). МАДАНИЯТ ВА САЊАТ МУАССАСАЛАРИ ҲАМДА ТАШКИЛОТЛАРИНИНГ БОШҚАРИШ УСУЛЛАРИ. In *Russian-Uzbekistan Conference* (pp. 67-72).
18. Юлдашева, М., & Колканатов, А. (2023). ПУТИ ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ. *Journal of Culture and Art*, 1, 16-20.
19. 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.
20. QOLQANATOV, A. (2024). MA'DANIYAT VAZIRLIGI VA MADANIYAT MARKAZLARI: TARIXIY TARAQQIYOT JARAYONLARIDAN. *News of UzMU journal*, 1(1), 1.
21. Kalkanatov, A. (2023). PROFESSIONAL QUALIFICATION OF THE MANAGER IN THE CULTURAL FIELD. *JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE*, 2, 19-23.
22. 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.

23. Nazarbaevich, Q. A. (2025). FORMATION OF THEORY AND PRACTICE OF CREATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF CULTURE AND ART. *SHOKH LIBRARY*, 1(13).

24. Kolkanatov, A. (2025). The Need to Improve the Performance of Cultural Centers. *Turkology*, (2).

25. ЮЛДАШЕВА, М., & КОЛКАНАТОВ, А. (2024). К ВОПРОСУ О МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ И РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ. «АСТА NUUZ», 1(1.1. 1), 236-239.

26. Qolqanotov, A. (2026). NATIONAL SONGS AS A SPIRITUAL NEED. *AMERICAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE*, 4(2), 86-91.

27. Qizi, A. N. F. (2022). ALISHER NAVOIY VA MUSIQA. *Central Asian Research Journal for Interdisciplinary Studies (CARJIS)*, 1(Conference DSMI), 252-555.

28. Nazarbaevna, Q. A., & Serjanovich, K. S. (2024). The Importance of Scenario in Cultural Events. *EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION IN NONFORMAL EDUCATION*, 4, 259-262.