



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



TEATR MENEJMENTIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA INNOVATSION YONDASHUVLAR

Yuldashev Ozodjon Fayzullayevich

O'zbekiston Respublikasi Madaniyat vazirining kotibiyati boshlig'i

Annotatsiya. *Mazkur tezisda teatr menejmentida raqamli texnologiyalar va innovatsion yondashuvlardan foydalanishning nazariy-amaliy ahamiyati tahlil qilinadi. Teatr faoliyatida onlayn chipta savdosi, tomoshabinlar bazasi, raqamli marketing, CRM tizimlari, elektron repertuar monitoringi, multimedia yechimlari, raqamli arxiv va analitik boshqaruv vositalarining o'rni yoritiladi.*

Kalit so'zlar: *teatr menejmenti, raqamli texnologiya, innovatsion yondashuv, raqamli marketing, CRM tizimi.*

KIRISH

Teatr san'ati inson tafakkuri, estetik idroki, milliy xotirasi va jamiyatdagi axloqiy -madaniy munosabatlarni sahna orqali ifodalovchi muhim ijtimoiy institut hisoblanadi. Raqamli davr sharoitida teatrning vazifasi faqat sahna asarini namoyish qilish bilan cheklanmaydi; teatr muassasasi tomoshabin bilan muloqot o'rnatadigan, badiiy mahsulotni targ'ib qiladigan, ijodiy resurslarni rejalashtiradigan, iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydigan va axborot oqimlari bilan ishlaydigan murakkab boshqaruv tizimiga aylanmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 22-noyabrdagi PQ-399-son qarorida teatrlarning jamiyat madaniy hayotidagi ahamiyatini oshirish, ularning faoliyatini qo'llab-quvvatlash, moddiy-texnik bazasini mustahkamlash hamda zamonaviy texnologiyalarni joriy etish vazifalari belgilangan [1].

ASOSIY QISM

Teatr menejmentida raqamli texnologiyalarning muhim yo'nalishlaridan biri onlayn chipta savdosi va tomoshabinlar bazasini shakllantirishdir. An'anaviy kassaga asoslangan savdo modeli tomoshabinlar oqimini chuqur tahlil qilish imkonini cheklaydi. Elektron chipta tizimi esa qaysi spektaklga qaysi yosh guruhi ko'proq kelayotgani, qaysi kun va vaqtda talab yuqori bo'lishi, narx siyosati qanday ishlayotgani, doimiy tomoshabinlar ulushi qancha ekanini aniqlashga yordam beradi. Mazkur ma'lumotlar repertuar tuzish, reklama kampaniyasini rejalashtirish, abonement dasturlarini ishlab chiqish va teatr zalidan samarali foydalanish uchun zarur. Tomoshabinlar bazasi to'g'ri yuritilsa, teatr har bir auditoriya segmentiga mos axborot yuboradi, mavsumiy takliflar ishlab chiqadi, bolalar spektakllari, yoshlar kechalari, klassik asarlar yoki eksperimental sahna loyihalari uchun alohida kommunikatsiya strategiyasini shakllantiradi.

Raqamli marketing teatrning jamoatchilik bilan aloqasini kengaytiruvchi asosiy mexanizmlardan biridir. Spektakl afishasi, treyler, ijodiy guruh bilan qisqa suhbat, repetitsiya





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



jarayonidan lavha, aktyorlar kundaligi, sahna orti hikoyalari, tanqidiy sharhlar, tomoshabin fikrlari, foto va videokontent teatr brendining raqamli muhitdagi ko‘rinishini yaratadi. Ijtimoiy tarmoqlarda faqat e‘lon joylashtirish yetarli emas; kontent dramaturgiyasi, vizual uslub, auditoriya tili, platforma xususiyati va qayta aloqa mexanizmi hisobga olinishi lozim. Kotler va Scheff ijro san‘ati muassasalarida marketingni tomoshabin jalb qilish, muassasa obro‘cini oshirish, homiylik munosabatlarini shakllantirish va madaniy mahsulotni barqaror targ‘ib qilish tizimi sifatida talqin etadi [5]. Teatr marketingi san‘at mazmunini soddalashtirmasdan, tomoshabinni sahna hodisasiga ongli ravishda yaqinlashtirishi kerak.

Teatr menejmentida CRM tizimlaridan foydalanish tomoshabin bilan individual aloqani kuchaytiradi. CRM orqali teatr doimiy tomoshabinlar, yangi kelganlar, maktab va oliy ta‘lim muassasalari, korporativ mijozlar, turistlar, san‘atshunoslar va homiyilar bilan alohida ishlash imkoniyatiga ega bo‘ladi. Masalan, talaba auditoriyasi uchun chegirmali abonement, oilaviy tomoshabinlar uchun dam olish kunlari repertuari, turistlar uchun subtitr yoki qisqa izohli spektakl dasturi, san‘at ixlosmandlari uchun premyeradan oldingi ijodiy uchrashuv taklif qilinishi mumkin. Bunday yondashuv teatrni passiv tomosha maskanidan faol madaniy kommunikatsiya markaziga aylantiradi. Auditoriya bilan muntazam aloqa teatrning obro‘cini saqlaydi, tomoshabin sodiqligini kuchaytiradi va spektakl atrofida madaniy muhit yaratadi.

Elektron repertuar monitoringi teatr boshqaruvida innovatsion qaror qabul qilish uchun zarur. Repertuar siyosati ijodiy did bilan bir qatorda statistik va tahliliy mezonlarga ham tayanishi kerak. Har bir spektakl bo‘yicha tomoshabinlar soni, zal to‘lish darajasi, chipta tushumi, ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlar, tanqidiy maqolalar, gastrol imkoniyati, texnik xarajatlar, aktyorlar bandligi, qayta sahnalashtirish ehtiyoji o‘rganilsa, repertuar tasodifiy emas, ilmiy asoslangan boshqaruv mahsulotiga aylanadi. Mazkur monitoring badiiy kengash faoliyatini ham kuchaytiradi, chunki ijodiy qaror faqat shaxsiy bahoga emas, kengroq madaniy, iqtisodiy va auditoriya ko‘rsatkichlariga tayanadi. Repertuar monitoringi milliy dramaturgiya, jahon klassikasi, zamonaviy asarlar, bolalar spektakllari va eksperimental loyihalar o‘rtasidagi muvozanatni kuzatish imkonini beradi.

Multimedia texnologiyalari teatrning sahna estetikasi va tomoshabin idrokini boyituvchi vosita sifatida qo‘llanishi mumkin. Proyeksiya, interaktiv ekran, tovush dizayni, yorug‘lik algoritmlari, video mapping, subtitr tizimi, sinxron tarjima, audiodeskripsiya va raqamli dekoratsiyalar ayrim spektakllarda badiiy ifoda imkoniyatini kengaytiradi. Biroq texnologiya sahna matni va aktyor ijrosini bosib ketmasligi kerak. Teatrning bosh badiiy kuchi jonli aktyor, sahna nafasi, dramatik konflikt va tomoshabin bilan bevosita muloqotda namoyon bo‘ladi. Raqamli vositalar mazkur jonli aloqani qo‘llab-quvvatlasa, innovatsiya estetik qiymatga ega bo‘ladi; texnik effekt mazmunni chetga sursa, u tashqi bezakka aylanib qoladi.

Raqamli arxiv teatr menejmentining uzoq muddatli ilmiy va amaliy resursidir. Har bir spektaklning videoyozuvi, rejissyorlik ekspozitsiyasi, sahna eskizlari, libos chizmalari, afishalar, press-relizlar, tanqidiy maqolalar, tomoshabin fikrlari, repertuar tarixi va ijodiy guruh ma‘lumotlari elektron bazada jamlansa, teatr o‘z tarixini yo‘qotmaydi. Bunday arxiv ilmiy tadqiqot, teatrshunoslik ta‘limi, muzey ekspozitsiyasi, PR faoliyati, yubiley tadbirlari





TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



va yangi sahna loyihalarini tayyorlashda muhim manba bo'ladi. UNESCO madaniy va kreativ industriyalarni raqamli muhitda qo'llab-quvvatlash masalasini barqaror madaniy rivojlanish bilan bog'liq yo'nalish sifatida ko'rsatadi [3].

Teatr menejmentida innovatsion yondashuvlar faqat raqamli vositalar bilan chegaralanmaydi. Loyiha boshqaruvi, kreativ laboratoriya, rezidentura dasturi, dramaturglar bilan ochiq tanlov, yosh rejissyorlar platformasi, inkluziv spektakllar, maktab va universitetlar bilan abonement dasturlari, post-spektakl muhokamalari, tomoshabin klublari teatrning institutsional yangilanishiga xizmat qiladi. Innovatsion boshqaruv sahna mahsulotini bozor talabiga moslashtirish emas, balki san'atning ijtimoiy ta'sirini kuchaytirish, auditoriyani tarbiyalash, yosh ijodkorlarni qo'llab-quvvatlash va teatrning zamonaviy madaniy muhitdagi o'rnini mustahkamlashni anglatadi. Byrnes san'at menejmentida rejalashtirish, tashkil etish, yetakchilik va nazorat funksiyalari ijodiy tashkilotning xususiyatlariga moslashgan holda qo'llanishi zarurligini ta'kidlaydi [4].

XULOSA VA MUNOZARA

Teatr menejmentida raqamli texnologiyalar va innovatsion yondashuvlardan foydalanish O'zbekiston teatrlarining tashkiliy samaradorligini, tomoshabin bilan muloqotini, moliyaviy barqarorligini va madaniy ta'sir doirasini kengaytiradi. Onlayn chipta savdosi, CRM tizimlari, raqamli marketing, elektron repertuar monitoringi, multimedia sahna yechimlari, raqamli arxiv, tahliliy hisobotlar va loyiha boshqaruvi teatr faoliyatini zamonaviy boshqaruv mezonlari asosida tashkil etishga yordam beradi. Raqamli vositalar teatrning jonli sahna mohiyatini almashtirmaydi, balki unga olib boruvchi axborot, tahlil va kommunikatsiya tizimini kuchaytiradi.

O'zbekiston teatrlarida raqamli transformatsiya bosqichma-bosqich, ilmiy asoslangan va milliy madaniy kontekstga mos holda amalga oshirilishi lozim. Samarali model texnologik yangilik, badiiy sifat, tomoshabin ehtiyoji, kadrlar salohiyati, moliyaviy intizom va etik nazorat uyg'unligiga tayanadi. Teatr menejmentida innovatsion yondashuvlar chuqur o'ylangan repertuar siyosati, auditoriyani segmentlash, ijodiy laboratoriyalar, ta'lim muassasalari bilan hamkorlik, raqamli kommunikatsiya va zamonaviy xizmat madaniyati orqali namoyon bo'ladi. Natijada teatr raqamli davrda o'zining asosiy estetik vazifasini saqlagan holda, ijtimoiy faol, iqtisodiy barqaror va kommunikativ jihatdan ochiq madaniyat institutiga aylanishi mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 22-noyabrdagi PQ-399-son qarori. Teatrlarning jamiyat madaniy hayotidagi ahamiyatini oshirish va ular faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida. — Toshkent, 2024.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 2-fevraldagi PQ-112-son qarori. Madaniyat va san'at sohasini yanada rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. — Toshkent, 2022.





TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'OYALAR



3. UNESCO. Strengthening Protection for Cultural and Creative Industries in the Digital Environment. — Paris: UNESCO, 2025.
4. Byrnes W. J. Management and the Arts. — 6th ed. — New York: Routledge, 2022. — 508 p.
5. Kotler P., Scheff J. Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts. — Boston: Harvard Business School Press, 2017. — 576 p.

