

O‘ZBEKISTONDA KORPORATIV MUZEYLAR FAOLIYATINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH TARIXI: O‘ZTEMIRYO‘LMASHTA’MIR KORXONASI TAJRIBASI MISOLIDA



Matkasimova Madina bonu Mamur qizi

O‘zbekiston tarixi davlat muzeyi xodimi
+99897 744-32-33 baltabayeva15@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.23059170>

Annotatsiya. Mazkur maqolada O‘zbekistonda korporativ muzeylarning shakllanishi va rivojlanish jarayoni muzeyshunoslik nuqtayi nazaridan tahlil qilinadi. Korporativ muzey tushunchasining mazmuni, uning idoraviy va davlat muzeylaridan farqli jihatlari, korxona tarixini saqlash, korporativ xotirani shakllantirish, xodimlar avlodlari o‘rtasidagi tarixiy aloqani mustahkamlash hamda tashkilotning ijtimoiy-madaniy imijini yaratishdagi o‘rni yoritiladi. Tadqiqotda Rossiya va xalqaro muzeyshunoslik tajribasi bilan bir qatorda O‘zbekistondagi korporativ muzeylarning rivojlanishiga oid ma’lumotlar, xususan, “O‘ztemiryo‘lmashta’mir” korxonasi tarix muzeyi tajribasi tahlil qilinadi. Mazkur muzeyning 1947-yilda tashkil etish tashabbusi paydo bo‘lishi, 1967-yilda muzeyning ochilishi va 2019-yilda yangi ekspozitsiya makonining yaratilishi korporativ muzeylarning tarixiy evolyutsiyasini ko‘rsatib beruvchi muhim amaliy misol sifatida qaraladi. Shuningdek, zamonaviy korporativ muzeylarning raqamlashtirish, multimedia, branding va korporativ identitetni shakllantirishdagi imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: korporativ muzey, korxona muzeyi, muzeyshunoslik, korporativ xotira, muzey fondi, korporativ madaniyat, muzey kommunikatsiyasi, tarixiy meros, ekspozitsiya, O‘zbekiston.

Аннотация. В статье с точки зрения музееведения анализируется процесс формирования и развития корпоративных музеев в Узбекистане. Раскрывается содержание понятия «корпоративный музей», его отличительные особенности от ведомственных и государственных музеев, а также его роль в сохранении истории предприятия, формировании корпоративной памяти, укреплении исторической связи между поколениями сотрудников и создании социально-культурного имиджа организации. Наряду с опытом российского и международного музееведения в исследовании анализируются материалы, связанные с развитием корпоративных музеев Узбекистана, в частности опыт Музея истории предприятия «Узтемирйулмасштамир». Возникновение инициативы по созданию музея в 1947 году, открытие музея в 1967 году и создание нового экспозиционного пространства в 2019 году рассматриваются как важный практический пример исторической эволюции корпоративных музеев. Также анализируются возможности современных корпоративных музеев в области цифровизации, мультимедиа, брендинга и формирования корпоративной идентичности.

Ключевые слова: корпоративный музей, музей предприятия, музееведение, корпоративная память, музейный фонд, корпоративная культура, музейная коммуникация, историческое наследие, экспозиция, Узбекистан.

Abstract. This article analyzes the formation and development of corporate museums in Uzbekistan from the perspective of museology. It examines the concept of a corporate museum, its distinctive features compared with departmental and state museums, and its role in preserving the history of an enterprise, shaping corporate memory, strengthening historical ties between generations of employees, and creating the socio-cultural image of an organization. Alongside Russian and international museological experience, the study analyzes materials related to the development of corporate museums in Uzbekistan, particularly the experience of the Museum of the History of the “Uztemiryo‘lmashta‘mir” enterprise. The emergence of the initiative to establish the museum in 1947, its opening in 1967, and the creation of a new exhibition space in 2019 are considered as an important practical example of the historical evolution of corporate museums. The article also analyzes the opportunities of modern corporate museums in the fields of digitalization, multimedia, branding, and the formation of corporate identity.

Keywords: corporate museum, enterprise museum, museology, corporate memory, museum collection, corporate culture, museum communication, historical heritage, exhibition, Uzbekistan.

Bugungi kunda muzey tushunchasi an'anaviy davlat muzeylari doirasidan chiqib, turli tashkilotlar, korxonalar, banklar, sanoat kompaniyalari va boshqa muassasalar faoliyati bilan ham chambarchas bog'lanmoqda. Ayniqsa, yirik korxonalarning o'z tarixi, ishlab chiqarish an'analari, mehnat jamoasi, texnologik yutuqlari va mashhur xodimlariga oid materiallarni yig'ish va namoyish etishga bo'lgan ehtiyoji korporativ muzeylarning shakllanishiga sabab bo'lgan.

Korporativ muzey fenomeni zamonaviy muzeyshunoslikda nisbatan yangi va yetarlicha o'rganilmagan yo'nalishlardan biridir. I. V. Pulikova korporativ muzeylarni nazariy jihatdan o'rganish zaruratini alohida ta'kidlab, ularning tashkilot tarixini saqlash bilan bir qatorda zamonaviy korporativ madaniyatda ham muhim o'rin egallashini ko'rsatadi [1, 46–48]. Korporativ muzeylarning tipologik xususiyatlari, tashkiliy tuzilmasi va rivojlanish istiqbollari N. V. Serbina tadqiqotlarida ham tahlil qilingan [2, 29–35].

Korporativ muzeylar masalasi xalqaro muzeyshunoslikda ham muhim ilmiy muammoga aylanmoqda. ICOMning 2022-yil 24-avgustda Pragada qabul qilingan yangi muzey ta'rifida muzey jamiyat xizmatidagi doimiy, notijorat institut sifatida qaralib, u moddiy va nomoddiy merosni tadqiq etish, yig'ish, saqlash, talqin qilish va namoyish etish bilan bir qatorda jamiyat uchun ochiq, inklyuziv va barqaror makon bo'lishi kerakligi belgilangan [3]. Shu nuqtayi nazardan korporativ muzeylarning huquqiy va institutsional maqomi alohida tadqiqotni talab etadi.

O'zbekiston Respublikasining “Muzeylar to'g'risida”gi Qonunida muzeylar mulk shakliga ko'ra davlat va nodavlat muzeylarga bo'linishi belgilangan. Qonunda muzey muzey ashyolari va muzey kolleksiyalarini saqlash, o'rganish hamda ommaga namoyish etish uchun mulkdor tomonidan tashkil etiladigan doimiy faoliyat yurituvchi notijorat madaniyat muassasasi sifatida ta'riflangan [4]. Shu sababli korxona tarkibida faoliyat yurituvchi har bir “muzey”ni avtomatik tarzda mustaqil muzey sifatida emas, balki uning tashkiliy-huquqiy maqomini hisobga olgan holda korporativ muzey yoki muzey tipidagi tuzilma sifatida tadqiq qilish maqsadga muvofiqdir.

“Korporativ muzey” tushunchasi korxona va tashkilotlarning o'z tarixini saqlash ehtiyojidan kelib chiqqan. Bunday muzeylar dastlab korxonaning muhim sanalari, ishlab chiqarish yutuqlari, faxriy xodimlar, mukofotlar, mahsulot namunalari va tarixiy fotosuratlarini yig'uvchi kichik ko'rgazma xonalari shaklida faoliyat yuritgan.

N. A. Nikishin korporativ muzeyni muayyan tashkilotga mansublik bilan birlashgan jamoaning tarixiy xotirasi, qadriyatlari, ichki kommunikatsiyasi va o'zini namoyon etish mexanizmlarini saqlashga xizmat qiluvchi madaniy fenomen sifatida izohlaydi [5, 21–27]. Ushbu yondashuv korporativ muzeyni oddiy ekspozitsiya xonasidan kengroq tushunishga imkon beradi.

O. S. Sapanjaning fikricha, korporativ muzeyni faqat amaliy faoliyat obyekti sifatida emas, balki madaniyatshunoslik va muzeyshunoslik nuqtayi nazaridan alohida o'rganish zarur [6, 56–63]. Demak, korporativ muzeyni uch asosiy vazifa birligi sifatida ko'rish mumkin:

1. tarixiy xotirani saqlash;
2. korporativ madaniyatni shakllantirish;
3. tashkilotning jamoatchilik bilan kommunikatsiyasini rivojlantirish.

Bu jihatdan korporativ muzeyni “korxona tarixi muzeyi” tushunchasi bilan aynanlashtirish ham to'g'ri emas. Korxona tarixi muzeyi uning tarixini hujjatlashtirishga ko'proq urg'u bersa, zamonaviy korporativ muzey ushbu tarixdan xodimlar, hamkorlar, yosh mutaxassislar va jamoatchilik bilan muloqot qilish vositasi sifatida foydalanadi.

Korporativ muzeylarning xalqaro rivojlanishida XX asr boshlaridagi sanoat korxonalarining tarixiy xotiraga bo'lgan munosabati muhim o'rin tutadi. Bunga AQSHdagi Henry Ford tajribasi misol bo'la oladi. Henry Ford 1920-yillarda Amerika sanoatining tarixini saqlash uchun katta miqdorda buyumlar to'play boshlagan. 1929-yil 21-oktabrda uning Edison Institute majmuasi rasman bag'ishlangan. Keyinchalik mazkur majmua The Henry Ford nomi bilan mashhur tarix va innovatsiyalar markaziga aylandi [7].

Bu tajribada muhim jihat shundaki, korporativ tarix faqat korxonaning ichki tarixi sifatida emas, balki milliy sanoat va texnologiya tarixining bir qismi sifatida talqin qilingan.

Rossiyada esa korporativ muzeylar shakllanishini ko'pincha sovet davridagi korxonalarning “mehnat shon-shuhrati xonalari”, “qizil burchaklar” va korxona tarixi ekspozitsiyalari bilan bog'lash mumkin. N. V. Serbina zamonaviy korporativ muzeylarning ko'pchiligi avvalgi ishlab chiqarish “qizil burchaklari”ning rivojlangan shakli sifatida shakllanganini ko'rsatadi [2, 29–35].

I. V. Pulikova Rossiya sanoat korxonalari qoshidagi muzeylarning tarixiy rivojlanishini o'rganar ekan, korporativ muzeylarning neft-gaz, energetika, transport, bank, oziq-ovqat va boshqa sohalarda rivojlanganini qayd etadi [8, 54–60].

Bu tajriba O'zbekiston uchun ham muhim metodologik asos bo'la oladi. Chunki sovet davrida O'zbekiston hududidagi yirik zavod va korxonalar qoshida ham korxona tarixi, mehnat faxriylari va ishlab chiqarish yutuqlarini saqlashga qaratilgan ekspozitsiyalar mavjud bo'lgan.

O'zbekistonda korporativ muzeylarning shakllanishi alohida ilmiy tadqiqot mavzusi sifatida hali yetarli darajada o'rganilmagan. Shu sababli ularning tarixini aniqlashda korxonalarning ichki arxivlari, yubiley nashrlari, muzey inventar kitoblari, fotosuratlar, faxriylar xotiralari va korxonalar rasmiy saytlaridagi tarixiy materiallar katta ahamiyatga ega.

O'zbekiston Respublikasining “Muzeylar to'g'risida”gi Qonuni nodavlat muzeylarning mavjudligini ham tan oladi. Qonunning 26-moddasiga ko'ra, mulk shakliga ko'ra davlat va nodavlat muzeylar tashkil etilishi mumkin [4]. Muzeyni tashkil etish uchun esa tegishli muzey ashyolari va kolleksiyalari, ularni saqlash va namoyish etish imkonini beruvchi moddiy-texnik baza hamda zarur moliyaviy mablag'lar mavjud bo'lishi talab etiladi [4].

Mazkur huquqiy norma korxona va tashkilotlar qoshidagi muzeylar faoliyatini o'rganishda muhim metodologik asos hisoblanadi. Chunki korxona tarixiga oid hujjat, fotografiya, mahsulot namunasi, mukofot, mehnat quroli yoki boshqa moddiy dalil kelajakda tashkilotning tarixiy-madaniy xotirasi tarkibiga kirishi mumkin.

Bunga “O‘ztemiryo‘lmashta‘mir” korxonasi tarix muzeyi: muhim amaliy misol qilib ko‘rsatish mumkin.

O‘zbekistondagi korporativ muzeylar tarixini o‘rganishda “O‘ztemiryo‘lmashta‘mir” korxonasi tajribasi alohida e‘tiborga loyiq. Korxonaning rasmiy tarixiy materiallariga ko‘ra, zavod faxriylari muzey uchun materiallarni Ikkinchi jahon urushidan oldingi yillardan boshlab to‘play boshlagan. Muzey tashkil etish bo‘yicha dastlabki rasmiy tashabbus esa 1947-yil oktabr oyida ilgari surilgan. O‘sha paytda korxona rahbariyati va jamoat tashkilotlari zavod tarixiga bag‘ishlangan muzey yaratish haqida qaror qabul qilgan [9]. Bu fakt O‘zbekistonda korxona muzeylarining shakllanishi mustaqillikdan keyingi davrga emas, balki ancha oldingi tarixiy jarayonlarga borib taqalishini ko‘rsatadi.

Muzeyni tashkil etishda korxona faxriylari muhim rol o‘ynagan. Ular hujjatlar, fotosuratlar, xotiralar va turli tarixiy buyumlarni yig‘gan. Dastlab bu materiallar “mehnat shon-shuhrati xonasi” ko‘rinishida namoyish etilgan. Keyinchalik ekspozitsiyani kengaytirish ehtiyoji tug‘ilgan.

Qiziqarli tarixiy fakt: 1966-yil oktabr oyida zavod muzeyi Kengashi tashkil etilib, qo‘shimcha ikki zal qurilishi boshlangan. 1967-yil 3-avgustda esa zavod tarix muzeyining tantanali ochilishi amalga oshirilgan [9].

Demak, muzeyning shakllanish jarayoni:

1947-yil — muzey tashkil etish tashabbusi

1966-yil — muzey Kengashining tashkil etilishi

1967-yil — zavod tarix muzeyining ochilishi

2019-yil — yangi muzey binosining ochilishi

ko‘rinishida kechgan.

Bu davrlashtirish O‘zbekiston korporativ muzeylari tarixini o‘rganishda muhim ilmiy model bo‘la oladi.

Muzey — korxona tarixining “xotira markazi” sifatida ko‘riladi. “O‘ztemiryo‘lmashta‘mir” muzeyi misolida korporativ muzeyning oddiy eksponatlar to‘plami emasligi yaqqol ko‘rinadi.

Muzeyda korxona tarixiga oid:

- hujjatlar;
- fotosuratlar;
- gazetalar;
- faxriylarning xotiralari;
- shaxsiy buyumlar;
- texnika namunalari;
- parovoz va teplovoz maketlari;
- temiryo‘l vagonlari maketlari;
- ishlab chiqarish uskunolari maketlari;
- harbiy davrga oid buyumlar;
- korxona xodimlari haqidagi ma’lumotlar

saqlangan [9].

Korxona ma’lumotlariga ko‘ra, bugungi ekspozitsiyada 2000 dan ortiq eksponat, fotosurat va hujjatlar namoyish etiladi. Muzey tarixida tashrif buyuruvchilar soni 200 ming kishidan oshgani qayd etiladi [9].

Bu raqamlar korporativ muzeyni faqat xodimlar uchun mo'ljallangan ichki xotira xonasi emas, balki ma'lum darajada jamoatchilik uchun ham tarixiy-ma'rifiy resursga aylanganini ko'rsatadi.

“O'ztemiryo'Imashta'mir” tarix muzeyining yangi binosining ochilishi 2019-yil 9-mayda amalga oshirilgan. Yangi ekspozitsiya uchun korxona hududidagi 1902-yilda qurilgan tarixiy bino tanlangan va u rekonstruksiya qilingan [9].

Bu yerda ikki xil meros birlashgan:

birinchisi — korxonaning moddiy tarixi;

ikkinchisi — muzey joylashgan binoning o'zi.

Shu sababli korporativ muzey faqat korxona mahsulotlari va xodimlari tarixini emas, balki korxonaning tarixiy makonini ham saqlovchi muassasa vazifasini bajarishi mumkin.

Yangi ekspozitsiyada zamonaviy vitrinlar, stendlar, yoritish vositalari va axborot texnologiyalaridan foydalanilgan. Bu holat korporativ muzeylarning an'anaviy “hujjat va suratlar xonasi”dan zamonaviy ekspozitsiya makoniga o'tish jarayonini ko'rsatadi [9].

O'zbekiston korporativ muzeylari uchun alohida ilmiy ahamiyatga ega yo'nalishlardan biri — mehnat sulolalari tarixini saqlash.

“O'ztemiryo'Imashta'mir” muzeyining materiallarida bir necha avlod davomida temiryo'l va zavodda mehnat qilgan oilalar haqidagi ma'lumotlar mavjud. Korxona tarixida ayrim mehnat sulolalarining umumiy mehnat staji yuzlab yillarni tashkil qilgani qayd etiladi [9].

Bu holat korporativ muzeyning oddiy “korxona tarixi”dan kengroq ijtimoiy mazmunga ega ekanini ko'rsatadi.

Masalan, bitta xodimning shaxsiy mehnat faoliyati 30–40 yilni tashkil qilishi mumkin. Ammo bir oilaning uch yoki to'rt avlodi bir korxonada ishlagan bo'lsa, bu tarix 100–200 yildan ortiq davom etuvchi kollektiv xotiraga aylanadi.

Shu nuqtayi nazardan korporativ muzey:

xodim → oila → mehnat sulolasi → korxona → tarmoq → milliy tarix

aloqasini yaratadi.

Bu jihat O'zbekiston korporativ muzeylarini o'rganishning eng istiqbolli ilmiy yo'nalishlaridan biri bo'lishi mumkin.

Ilmiy adabiyotlarni umumlashtirish asosida O'zbekistondagi korporativ muzeylarning asosiy funksiyalarini quyidagicha tasniflash mumkin.

1. Tarixiy-xotira funksiyasi:

Korxonaning tashkil topishi, rivojlanishi, muhim voqealari, mashhur xodimlari va ishlab chiqarish yutuqlari haqida tarixiy ma'lumotlarni saqlaydi.

2. Hujjatlashtirish funksiyasi:

Korxonaning tarixiy hujjatlari, fotosuratlari, yozma xotiralari, mahsulot namunalari va boshqa manbalarini jamlaydi.

2. Tarbiyaviy funksiyasi:

Yosh xodimlarda korxona tarixi va mehnat an'analarga hurmatni shakllantiradi.

4. Korporativ identitet funksiyasi

Xodimning “men shu tashkilotning bir qismiman” degan hissini kuchaytiradi.

5. Kommunikativ funksiya

Korxona xodimlari, faxriylar, hamkorlar, talabalar va jamoatchilik o'rtasida muloqot maydonini yaratadi.

6. Reklama va PR funksiyasi

Korporativ muzey tashkilotning yutuqlari, mahsulotlari, tarixiy an'analari va ijtimoiy mas'uliyatini namoyish etish vositasiga aylanishi mumkin.

7. Ta'limiy funksiya

Talabalar va yosh mutaxassislar uchun kasbga yo'naltiruvchi dasturlarni tashkil etishda foydalaniladi.

Bu funksiyalar Rossiya korporativ muzeylari bo'yicha tadqiqotlarda ham qayd etilgan bo'lib, ularga proforientatsiya, reklama, brending, PR, ichki kommunikatsiya va korporativ madaniyatni shakllantirish kabi vazifalar kiritiladi [10, 15–22].

Korporativ muzeylarning zamonaviy rivojlanishida raqamli texnologiyalar alohida ahamiyat kasb etmoqda.

A. V. Pryaxina korporativ muzeylarning multimedia loyihalari tashkilotning korporativ identitetini rivojlantirish, raqamli transformatsiya va tashqi kommunikatsiyani kuchaytirish imkonini berishini ta'kidlaydi [11, 100–110].

Bugungi korporativ muzey uchun quyidagi imkoniyatlar muhim:

- QR-kodli eksponatlar;
- elektron katalog;
- 3D modellar;
- virtual ekskursiyalar;
- korxona faxriylarining video xotiralari;
- raqamli fotoarxiv;
- interaktiv xaritalar;
- tarixiy hujjatlarning elektron nusxalari;
- virtual muzey;
- audio-gid;
- korxona tarixiga oid podkastlar.

Bu texnologiyalar ayniqsa O'zbekiston korporativ muzeylari uchun muhim, chunki ularning ko'pchiligi haqidagi ma'lumotlar internetda tizimli ravishda mavjud emas.

Korporativ muzeylarning rivojlanishida bir qator muammolar mavjud.

Birinci muammo — ilmiy o'rganilish darajasining pastligi. Korporativ muzeylar ko'pincha umumiy muzey statistikasi va ilmiy tadqiqotlar doirasida to'liq aks etmaydi. T. Yu. Yureneva ham korporativ muzeylarning tipologiyasi, statistikasi va institutsional maqomi bilan bog'liq muammolarga e'tibor qaratadi [10, 15–22].

Ikkinchi muammo — huquqiy maqomning noaniqligi. Korxona tarkibidagi muzey mustaqil yuridik shaxs bo'lmashligi mumkin. Bunday holatda uning fondlarining huquqiy maqomi, hisobga olinishi va uzoq muddat saqlanishi masalalari alohida e'tibor talab qiladi.

Uchinchi muammo — fondlarni ilmiy hisobga olish. Korxonalarda saqlanayotgan eski hujjatlar, fotosuratlar va buyumlarning barchasi ham professional muzey standartlari asosida inventarizatsiya qilinmagan bo'lishi mumkin.

To'rtinchi muammo — mutaxassislar masalasi. Korporativ muzey xodimi tarix, muzeyshunoslik, arxivshunoslik, restavratsiya va kommunikatsiya sohalarini birgalikda bilishi zarur.

Beshinchi muammo — korxona taqdiriga bog'liqlik. Agar korxona qayta tashkil qilinsa, xususiylashtirilsa yoki tugatilsa, muzey fondlarining taqdiri ham xavf ostida qolishi mumkin. Shu sababli korporativ muzey fondlarini huquqiy va institutsional himoya qilish masalasi dolzarbdir.

O'zbekistonda korporativ muzeylar tizimini rivojlantirish uchun quyidagi yo'nalishlarni taklif etish mumkin:

1. O‘zbekistondagi korporativ muzeylarning yagona elektron reyestrini yaratish.
2. Korxona muzeylarini:
 - korxona tarixi muzeyi;
 - tarmoq muzeyi;
 - korporativ memorial muzey;
 - ishlab chiqarish-texnik muzey;
 - muzey-tipidagi tarixiy ekspozitsiya
 kabi guruhlariga ajratish.
3. Korporativ muzeylar uchun fondlarni hisobga olish va saqlash bo‘yicha uslubiy tavsiyalar ishlab chiqish.
4. Korxona muzeylari xodimlari uchun muzeysunoslik bo‘yicha malaka oshirish kurslarini tashkil etish.
5. Korxonalarining yo‘qolib ketayotgan tarixiy hujjatlari va fotosuratlarini raqamlashtirish.
6. Faxriy xodimlarning og‘zaki xotiralarini “Og‘zaki tarix” (oral history) loyihalari orqali yozib olish.
7. Korporativ muzeylarni O‘zbekistonning sanoat va turizm xaritasiga kiritish.
8. Yirik korporativ muzeylar negizida sanoat turizmi yo‘nalishlarini rivojlantirish.
9. Korxona muzeylari va davlat muzeylari o‘rtasida ilmiy-uslubiy hamkorlikni yo‘lga qo‘yish.
10. Korporativ muzeylarning virtual ekspozitsiyalarini yaratish.

O‘zbekistonda korporativ muzeylar tarixini o‘rganish mamlakat muzeysunosligining istiqbolli yo‘nalishlaridan biridir. Ularning shakllanishi mustaqillik davridan keyingi jarayon sifatida emas, balki yirik sanoat korxonalarining tarixiy rivojlanishi bilan bog‘liq uzoq muddatli jarayon sifatida qaralishi lozim.

“O‘ztemiryo‘lmashta‘mir” korxonasi tarix muzeyi misolida korporativ muzeyning shakllanishi bir necha bosqichdan iborat bo‘lgani ko‘rinadi: dastlab korxona faxriylarining tarixiy materiallarni yig‘ishi, 1947-yilda muzey tashkil etish tashabbusining paydo bo‘lishi, 1967-yilda muzeyning ochilishi va 2019-yilda yangi zamonaviy ekspozitsiya makonining yaratilishi. Bu jarayon korporativ muzeylarning oddiy “mehnat shon-shuhrati xonasi”dan tarixiy xotira va korporativ kommunikatsiya markaziga aylanganini ko‘rsatadi.

Korporativ muzeyning eng katta ilmiy ahamiyati shundaki, u katta davlat tarixining ichida ko‘pincha e‘tibordan chetda qoladigan “kichik tarixlar”ni — oddiy ishchi, muhandis, temiryo‘lchi, ustoz, faxriy va mehnat sulolasi tarixini saqlaydi. Shu sababli korporativ muzeylar O‘zbekistonning sanoat, iqtisodiy, ijtimoiy va mehnat tarixini tiklashda muhim manba bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Kelgusida O‘zbekistondagi korporativ muzeylarning to‘liq ro‘yxatini shakllantirish, ularning tashkil topgan sanalarini aniqlash, fondlari va ekspozitsiyalarini tahlil qilish, korxonalar arxivlarini o‘rganish hamda ularni yagona ilmiy tasnif asosida tadqiq etish zarur. Bunday tadqiqot natijasida O‘zbekiston muzeysunosligida hozircha kam o‘rganilgan korporativ muzeylar tarixi va nazariyasi bo‘yicha yangi ilmiy yo‘nalish shakllanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Пуликова И. В. Корпоративные музеи: к теории вопроса // Музей. — 2009. — № 4. — С. 46–48.
2. Сербина Н. В. Российские корпоративные музеи: перспективы развития и продвижения // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. — 2014. — № 6. — С. 29–35.

3. International Council of Museums (ICOM). Museum Definition. — Prague, 24 August 2022. Elektron resurs.
4. O‘zbekiston Respublikasining “Muzeylar to‘g‘risida”gi Qonuni. O‘RQ-177-son, 12.09.2008. — 3-, 25-, 26-, 27¹-moddalar.
5. Никишин Н. А. Субъекты и формы музейной коммуникации в пространстве корпоративного социума // Корпоративные музеи сегодня: III Международная конференция. — Калининград, 2016. — С. 21–27.
6. Сапанжа О. С. Корпоративный музей в оптике культурологии и музеологии // Музей. — 2023. — № 4. — С. 56–63.
7. The Henry Ford. Origins of The Henry Ford. Elektron resurs.
8. Пуликова И. В. История создания российских отраслевых корпоративных музеев // Справочник руководителя учреждения культуры. — 2011. — № 6. — С. 54–60.
9. O‘ZTEMIRYO‘LMASHTA‘MIR. История предприятия 2010–2021 гг. / “Музей истории завода”. Elektron resurs.
10. Юренева Т. Ю. Корпоративные музеи России: типологические особенности и проблемы // Культурное наследие России. — 2024. — № 3 (46). — С. 15–22. DOI: 10.34685/NI.2024.46.3.002.
11. Пряхина А. В. Мультимедийные проекты музеев как инструмент развития корпоративной идентичности российских организаций // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2026. — № 2. — С. 100–110. DOI: 10.12737/2587-9103-2026-15-2-100-110.
12. Рощина Е. В. Негосударственные музеи: проблемы классификации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. — 2012. — № 3. — С. 42–46.
13. Пуликова И. В. Отраслевые корпоративные музеи России // Культура России. 2000-е годы. — СПб.: Алетейя, 2012. — С. 307–326.
14. Гнедовский М. Б., Хлопина О. В. Принципы классификации музеев // Музееведение: вопросы теории и методики. — М.: НИИ культуры, 1987. — С. 41–52.
15. Рыгалова М. В., Шорина Д. Е. История формирования и современное состояние ведомственных музеев Алтайского края // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. — 2019. — № 49. — С. 119–127.
16. Саяпарова Е. В. Корпоративные музеи Иркутской области в социокультурном пространстве региона // Культурное наследие России. — 2026. — № 1. — Электронный ресурс.