



<https://doi.org/10.70728/c.series.san.v08.i09.003>

NAMANGAN XALQARO GULLAR FESTIVALINING TURISTIK SALOHIYATI VA HUDUDIIY OBRAZ SIFATIDA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

G‘iyosov Bahtiyorjon Yoqubjon o‘g‘li

Namangan davlat universiteti An‘anaviy xonandalik va cholg‘u ijrochiligi kafedrası o‘qituvchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada Namangan xalqaro gullar festivalining turistik salohiyati va hududiy obrazni shakllantirishdagi o‘rni madaniyatshunoslik hamda turizm nazariyalari asosida tahlil qilingan. Festivalning nomoddiy madaniy merosni asrash, hududiy brendingni rivojlantirish, mahalliy identitetni mustahkamlash va xalqaro turistik jozibadorlikni oshirishdagi ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, raqamli texnologiyalar, aqlli turizm, ijtimoiy tarmoqlar va zamonaviy kommunikatsiya vositalarining festivalni targ‘ib etish hamda tashrif buyuruvchilar tajribasini boyitishdagi imkoniyatlari ochib berilgan. Festivalni madaniy-turistik ekotizim sifatida rivojlantirish bo‘yicha amaliy takliflar ilgari surilgan.

Kalit so‘zlar: Namangan xalqaro gullar festivali; turistik salohiyat; hududiy obraz; madaniy turizm; nomoddiy madaniy meros; hududiy brending; aqlli turizm; raqamli texnologiyalar; ijtimoiy tarmoqlar; identitet.

Аннотация. В статье исследуется туристический потенциал Международного фестиваля цветов в Намангане и его роль в формировании территориального образа региона на основе культурологических и туристических концепций. Раскрывается значение фестиваля в сохранении нематериального культурного наследия, развитии территориального брендинга, укреплении локальной идентичности и повышении международной туристической привлекательности. Особое внимание уделено использованию цифровых технологий, концепции «умного туризма», социальных сетей и современных коммуникационных инструментов для продвижения фестиваля и улучшения туристского опыта. Предложены практические направления развития фестиваля как устойчивой культурно-туристической экосистемы.

Ключевые слова: Международный фестиваль цветов в Намангане; туристический потенциал; территориальный образ; культурный туризм; нематериальное культурное наследие; территориальный брендинг; умный туризм; цифровые технологии; социальные сети; идентичность.

Abstract. This article examines the tourism potential of the Namangan International Flower Festival and its role in shaping the regional image from the perspectives of cultural studies and tourism theory. It highlights the festival's contribution to safeguarding intangible cultural heritage, strengthening regional branding, reinforcing local identity, and enhancing

international tourism attractiveness. The study also explores the application of digital technologies, smart tourism approaches, social media, and modern communication tools in promoting the festival and improving visitor experiences. Practical recommendations are proposed for developing the festival as a sustainable cultural and tourism ecosystem with long-term regional value.

Keywords: Namangan International Flower Festival; tourism potential; regional image; cultural tourism; intangible cultural heritage; place branding; smart tourism; digital technologies; social media; identity.

Kirish. Bugungi globallashuv jarayonlarida ommaviy bayramlar va festivallar insonlarning ijtimoiy-madaniy hayotini o‘zgartirishga ta’sir etibgina qolmay, o‘sha hududning turistik salohiyati va hududiy obrazini rivojlantirishda asos bo‘lib hizmat qilmoqda. Festival - bu muayyan vaqt va makonda jamiyatning estetik, ma’naviy hamda kommunikativ ehtiyojlarini qondiruvchi, an’anani qayta ishlab ommalashtiruvchi hamda yangi ijodiy shakllarni sinovdan o‘tkazuvchi kulturologik institutdir. Nazariy jihatdan festival quyidagi kategoriyalar bilan chambarchas bog‘liq. Globalizatsiya sharoitida milliy o‘ziga xoslikni saqlash muammosi keskinlashadi. Festival esa merosni muzeylashtirib qo‘ymasdan, aksincha, uni “jonli madaniyat” sifatida sahnaga olib chiqadi: kuy-qo‘shiq, raqs, marosim, hunar jarayoni, xalq o‘yinlari, milliy taom tayyorlash amaliyoti bularning barchasi festivalda real ijro (performance) orqali namoyon bo‘ladi [1]. Namangan xalqaro gullar festivali yuqorida sanab o‘tilgan kategoriyalar bilan bog‘langan holda hududning turistik salohiyati va hududiy obrazini rivojlantirish istiqbollariga sezilarli ta’sirini o‘tkazadi.

Asosiy qism. Turistik salohiyat madaniyatshunoslik nuqtayi nazaridan faqat tashrif buyuruvchilar soni, mehmonxona fondi yoki transport qulayligi bilan cheklanmaydi; u hududning madaniy obrazini, ramziy kapitalini, tarixiy xotirasini, estetik tajribasini, mahalliy jamoaning mehmondo‘stlik madaniyatini va shahar makonida yaratiladigan emotsional taassurotni ham o‘z ichiga oladi. Shahar va hudud marketingi nazariyasida joyni tanitish jarayoni ishlab chiqarish, xizmat, investitsiya va turizm oqimlarini birlashtiruvchi strategik boshqaruv sifatida talqin qilinadi. Shu jihatdan Namangan xalqaro gullar festivali viloyatning oddiy mavsumiy tadbiri emas, balki Namangan shahrini milliy va xalqaro madaniy xaritada alohida ko‘rsatadigan, hududning iqtisodiy va madaniy jozibasini mujassamlashtiradigan turistik-madaniy resursdir.

Festivalning hududiy obrazga aylanishi, avvalo, uning barqaror semantik yadrosi mavjudligi bilan bog‘liq. Namangan uchun bunday yadro “gullar shahri”, “estetik bog‘lar makoni”, “mehmondo‘st vodiy shahri”, “an’anaviy gulchilik va zamonaviy landshaft madaniyati uyg‘unlashgan hudud” kabi obrazlardan tashkil topadi. Shahar obrazi faqat logotip yoki reklama shiori emas, balki shahar haqidagi barqaror tasavvurlar, emotsional munosabatlar va tajribalar tizimidir. Shuning uchun festival obrazi hududning real tajribasiga, aholining ishtirokiga, xizmatlar sifati va festivaldan keyin ham saqlanib qoladigan madaniy xotiraga tayanishi lozim.

Hududiy obrazni shakllantirishning muhim sharti shundaki, shahar o‘zini tashqi auditoriyaga qanday ko‘rsatishi bilan birga, ichki auditoriya – mahalliy aholi o‘z shahrini

qanday his qilishi ham muhimdir. Ashworth va Kavaratzis ta’kidlaganidek, shahar obrazi faqat tashqi bozor uchun yaratiladigan kommunikatsiya emas; u shahar boshqaruvi, madaniy siyosat, infratuzilma, xizmat sifati va ijtimoiy ishtirok bilan bog‘liq murakkab jarayondir [2]. Namangan xalqaro gullar festivali aynan shu jihatdan mahalliy aholi uchun faxr, mehmonlar uchun estetik tajriba, turistik biznes uchun imkoniyat, davlat boshqaruvi uchun esa hududiy imijni mustahkamlash mexanizmi sifatida namoyon bo‘ladi.

Xalqaro tajribada yirik madaniy tadbirlar shahar imijini o‘zgartirishda samarali vosita bo‘lib xizmat qiladi. Richards va Wilson Rotterdamning Yevropa madaniyat poytaxti sifatidagi tajribasini tahlil qilib, madaniy hodisalar shahar haqidagi avvalgi stereotiplarni yangilashi, tashqi auditoriya e’tiborini kuchaytirishi va shahar obrazini qayta shakllantirishi mumkinligini asoslaydi [3]. Namangan xalqaro gullar festivali ham viloyatni faqat sanoat, savdo yoki qishloq xo‘jaligi hududi sifatida emas, balki estetik madaniyat, gulchilik, landshaft dizayni va xalqaro sayl madaniyati markazi sifatida ko‘rsatish imkoniyatiga ega.

Shahar obrazi nazariyasida joy haqidagi tasavvur ko‘pincha bir nechta asosiy kanal orqali mustahkamlanadi: vizual ramzlar, shahar hikoyasi, tadbirlar, xizmat sifati, OAV talqini, ijtimoiy tarmoqlardagi foydalanuvchi kontenti va qayta tashrif tajribasi. Namangan festivali uchun bunday kanallar gul kompozitsiyalari, Bobur bog‘i va shahar makonidagi landshaft bezaklari, xalqaro delegatsiyalar ishtiroki, foto-video kontent, milliy kiyim va san’at namoyishlari, mahalliy mahsulotlar yarmarkasi, turistik marshrutlar va oilaviy sayr muhitida mujassamlashadi.

Festival shahar makonini vaqtincha o‘zgartiradi: oddiy ko‘cha, park, maydon va xiyobonlar ramziy sahnaga aylanadi. Festival va shahar munosabatini tahlil qilinar ekan, festival shaharni boshqacha ko‘rish, shahar ichidagi ijtimoiy aloqalarni yangilash va madaniy makonni qayta talqin qilish imkonini berishini ta’kidlaydi. Namangan festivalida ham bog‘lar, xiyobonlar, markaziy ko‘chalar va jamoat maydonlari odatdagi transport yoki dam olish funksiyasidan tashqari, jamoaviy xotira, estetik zavq va turistik taassurot makoniga aylanadi.

Turistik qarash nazariyasida sayohatchi hududni oddiy ko‘z bilan emas, balki ijtimoiy va madaniy kutilmalar orqali ko‘radi. “tourist gaze” tushunchasi orqali turistning ko‘rish tajribasi belgilar, tasvirlar, afishalar, fotosuratlar va madaniy kodlar bilan oldindan shakllanishini asoslaydi. Namangan festivali uchun bu muhim: turist festivalga kelishidan oldin ijtimoiy tarmoqda ko‘rgan gul kompozitsiyasi, reklama videolari, bloggerlar sharhi va “Namangan – gullar shahri” obrazi uning real tajribaga bo‘lgan kutishini belgilab qo‘yadi.

Raqamli texnologiyalar turizmni rejalashtirish, targ‘ib qilish va tajribani baham ko‘rish jarayonlarini tubdan o‘zgartirdi. Buhalis va Law axborot texnologiyalari turizm menejmentida iste’molchi xatti-harakati, xizmat ko‘rsatish, bronlash, marketing va kommunikatsiya jarayonlarini qayta tashkil etganini asoslaydi [4]. Namangan festivalida ham rasmiy ko‘p tilli portal, mobil xarita, QR-gidlar, onlayn dastur, transport navigatsiyasi, mehmonxona va ovqatlanish tavsiyalari, fotonuqtalar xaritasi va real vaqt yangiliklari turist uchun qulaylik yaratadi.

Smart tourism konsepsiyasi raqamli ma’lumot, mobil texnologiyalar, ijtimoiy tarmoq va aqlli xizmatlarning turistik tajribani boyitishini ko‘rsatadi. Namangan festivalida aqlli turizm yondashuvi orqali tashrif buyuruvchilar oqimini boshqarish, gavjum zonalarini aniqlash, QR

orqali gul turlari va kompozitsiyalar haqida ma’lumot berish, bir nechta tilda audio-gid yaratish, mehmonlar fikrini real vaqt rejimida yig‘ish va festivaldan keyingi tahlilni kuchaytirish mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar turist qaroriga bevosita ta’sir qiladi. Xiang va Gretzel tadqiqotida onlayn sayohat ma’lumotlarini qidirishda ijtimoiy media platformalari muhim rol o‘ynashi ko‘rsatiladi [5]. Namangan xalqaro gullar festivali uchun Instagram, TikTok, YouTube, Telegram va boshqa platformalar faqat reklama maydoni emas, balki festival imijini ishlab chiqaruvchi va tarqatuvchi madaniy maydondir. Bu maydonda foydalanuvchi yaratgan kontent rasmiy targ‘ibotdan ko‘ra ishonchliroq ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Festivalning turistik salohiyati nomoddiy madaniy meros bilan bog‘langanda yanada mustahkamlanadi. UNESCO konvensiyasida nomoddiy madaniy meros urf-odatlar, ijro san’ati, marosimlar, bayramlar, bilim va ko‘nikmalar tizimi sifatida talqin qilinadi. Namangan festivalida gulchilik tajribasi, xalq sayli madaniyati, mahalliy hunarmandchilik, milliy musiqa, mehmondo‘stlik, oilaviy sayr va estetik tarbiya unsurlari aynan shunday nomoddiy meros qatlamlarini tashkil qiladi.

Lokal madaniyat, identiklik, integratsiya va transformatsiya kategoriyalarini birgalikda tahlil qilish Namangan festivalini chuqurroq tushunishga yordam beradi: festival mahalliy identitetni saqlaydi, tashqi mehmonlar bilan kommunikatsiya orqali integratsiyani kuchaytiradi, zamonaviy turizm va raqamli madaniyat ta’sirida transformatsiyalanadi.

Davlat strategik hujjatlarida hududlarni rivojlantirish, turizm, madaniyat va raqamli xizmatlar tizimini takomillashtirish masalalari o‘zaro bog‘liq holda belgilangan. Shuning uchun Namangan xalqaro gullar festivalini rivojlantirish takliflari ham faqat madaniy tadbirlar rejasiga emas, balki hududiy iqtisodiyot, xizmat ko‘rsatish, yoshlar bandligi, raqamli infratuzilma, ekologik tarbiya va xalqaro hamkorlik dasturlariga integratsiya qilinishi maqsadga muvofiq.

Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasida madaniyat, turizm, ma’naviyat va hududlar salohiyatini oshirish masalalarining uzviyligi ko‘zga tashlanadi [6]. Bu jihatdan Namangan festivali viloyatning “madaniy kapitali”ni iqtisodiy va ijtimoiy kapitalga aylantirish imkoniyatiga ega. Festival kunlarida mahalliy tadbirkorlar savdosi, transport xizmatlari, mehmonxona va restoranlar bandligi, hunarmandlar mahsuloti, gulchilik bozori va xizmat ko‘rsatish tarmoqlarining jonlanishi iqtisodiy natija bersa, aholining ishtiroki va faxr tuyg‘usi ijtimoiy-madaniy natija beradi.

Raqamli O‘zbekiston konsepsiyasi madaniy turizmni ham yangi bosqichga olib chiqish imkonini beradi [7]. Festivalning raqamli modeli quyidagi qismlardan iborat bo‘lishi mumkin: festivalning yagona ma’lumot portali, mobil ilova, elektron chipta yoki ro‘yxatdan o‘tish tizimi, QR-kodli ekspozitsiyalar, onlayn xarita, foto-video arxiv, mehmonlar fikrini yig‘uvchi platforma, AI-audio gid, xalqaro mehmonlar uchun ko‘p tilli ma’lumotlar bazasi va festival natijalarini baholovchi analitik panel.

Nomoddiy madaniy merosni saqlash bo‘yicha milliy hujjatlar bayram, urf-odat, an‘ana va marosimlarni tizimli muhofaza qilish zarurligini ko‘rsatadi [8]. Namangan xalqaro gullar festivalini rivojlantirishda ham merosni tijoratlashtirish va ommaviylashtirish o‘rtasidagi muvozanatni saqlash kerak. Festival turizm mahsulotiga aylangani sari uning mazmuni yuzaki

dekorativ shaklga tushib qolmasligi, aksincha, mahalliy tarix, gulchilik kasbi, xalq estetikasi va shahar xotirasi bilan boyitilishi zarur.

Jahon turizm etikasi kodeksi turizmni xalqlar o‘rtasida o‘zaro tushunish, madaniy hurmat va barqaror rivojlanish vositasi sifatida talqin qiladi. Namangan xalqaro gullar festivali ham aynan shunday imkoniyatga ega: u xorijiy mehmonlarga O‘zbekistonning estetik didi, mehmondo‘stligi, shahar madaniyati, tabiatga munosabati va milliy qadriyatlarini tinch, ijobiy va emotsional kuchli obraz orqali ko‘rsatadi. Shu bois festivalni xalqaro turizm bozorida ilgari surishda faqat ko‘ngilochar reklama emas, balki madaniy hurmat, ekologik mas’uliyat va xalq diplomatiyasi konsepsiyasi ustuvor bo‘lishi kerak.

Xulosa. Namangan xalqaro gullar festivalining turistik salohiyati bir necha strategik yo‘nalishda rivojlantirilishi mumkin. Festival atrofida “Namangan Flower Week” kabi bir haftalik kompleks dastur shakllantirish zarur. Keyingi o‘rinda festivalni Chust pichoqlari, Pop arxeologik merosi, Axsikent tarixiy yodgorligi, Kosonsoy tabiati, mahalliy gastronomiya va hunarmandchilik marshrutlari bilan bog‘lash maqsadga muvofiq. Bundan tashqari, festivaldan keyingi davrda ham ishlaydigan gulchilik bog‘i, fotosurat nuqtalari, mahorat darslari va doimiy ekspozitsiyalar yaratish kerak.

Namangan xalqaro gullar festivalining innovatsion rivojlanish, turistik obrazlash va xalqaro madaniy diplomatiya nuqtayi nazaridan istiqbollari tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari festivalning zamonaviy bosqichida uning qiymati faqat ommaviy bayram sifatida emas, balki raqamli kommunikatsiya, kreativ industriya, turistik xizmatlar ekotizimi va xalqaro imij bilan bog‘liq strategik madaniy resurs sifatida namoyon bo‘layotganini ko‘rsatdi.

Birinchidan, festivalni innovatsion rivojlantirish uning tashkiliy jarayonlarini raqamli platformalar, QR-gidlar, AI-audio izohlar, virtual ko‘rgazmalar, ijtimoiy tarmoq strategiyasi, interaktiv xaritalar va ma’lumotlar tahlili bilan boyitishni talab qiladi. Bu yondashuv festivalni bir necha kunlik tadbirdan yil davomida ishlaydigan raqamli madaniy resursga aylantiradi.

Ikkinchidan, Namangan xalqaro gullar festivali hududiy obraz sifatida “gullar shahri”, “bahor va estetik madaniyat makoni”, “Vodiy go‘zalligi” kabi ramziy obrazlar atrofida tizimli rivojlantirilishi kerak. Bunda festivalni tarixiy obidalar, hunarmandchilik, gastronomiya, mahalliy xizmatlar va tabiat marshrutlari bilan birlashtirish uning turistik samaradorligini oshiradi.

Uchinchidan, festival turistik salohiyati tashrifchilar soni bilan cheklanmaydi; u mehmonlar qoniqishi, ijtimoiy tarmoq qamrovi, hududiy iqtisodiyotga ta’sir, xalqaro OAV e’tibori, mahalliy aholi ishtiroki va festivaldan keyingi barqaror meros indikatorlari orqali baholanishi lozim.

To‘rtinchidan, Namangan xalqaro gullar festivali O‘zbekistonning xalqaro madaniy ta’sir salohiyatini kuchaytiruvchi madaniy diplomatiya vositasi bo‘lishi mumkin. Festival gullar, tabiat, mehmondo‘stlik, xalq sayli, estetik dizayn, ekologik mas’uliyat va ko‘p tilli kommunikatsiya orqali O‘zbekiston haqida ijobiy xalqaro tasavvur shakllantiradi.

Beshinchidan, festivalning xalqaro nufuzi uning mahalliy ildizi bilan uyg‘un bo‘lgandagina barqaror bo‘ladi. Shu sababli xorijiy auditoriyaga yo‘naltirilgan har qanday targ‘ibot mahalliy gulchilik an‘analari, xalq estetikasi, mahalla ishtiroki, hunarmandchilik, tarixiy xotira va milliy qadriyatlar bilan boyitilishi zarur.

Oltinchidan, festivalni kelgusida rivojlantirish uchun maxsus obraz kitob, ko‘p tilli raqamli platforma, xalqaro press-kit, volontyorlar korpusi, festival monitoring tizimi, madaniy diplomatiya dasturi, doimiy gulchilik ekspozitsiyasi va xalqaro hamkorlik mexanizmlarini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir.

Demak, Namangan xalqaro gullar festivalining turistik salohiyati uning faqat chiroyli gul kompozitsiyalari yoki ommaviy tashriflar bilan belgilanmaydi. Uning haqiqiy strategik qiymati festivalning Namangan shahrini hududiy obraz sifatida tanitishi, mahalliy aholi ishtirokini kuchaytirishi, turistik xizmatlar ekotizimini rivojlantirishi, raqamli kommunikatsiya orqali xalqaro auditoriyaga chiqishi va O‘zbekistonning estetik-madaniy imijini mustahkamlashida namoyon bo‘ladi. Shu bois festivalni rivojlantirishda “tadbirni o‘tkazish” mantig‘idan “madaniy-turistik ekotizimni boshqarish” mantig‘iga o‘tish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.

1. Qoraboyev U. O‘zbek xalq bayramlari. Toshkent: Sharq, 2002. 234-b.
2. Ashworth G., Kavaratzis M. Beyond the logo: Brand management for cities // Journal of Brand Management. – 2009. – Vol. 16, №8. – P. 520–531.
3. Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.
4. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet // Tourism Management. – 2008. – Vol. 29, №4. – P. 609–623.
5. Xiang Z., Gretzel U. Role of social media in online travel information search // Tourism Management. – 2010. – Vol. 31, №2. – P. 179–188.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son “O‘zbekiston – 2030 strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son “Raqamli O‘zbekiston – 2030 strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni.
8. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2010-yil 7-oktabrdagi 222-son “2010–2020-yillarda nomoddiy madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish, asrash, targ‘ib qilish va ulardan foydalanish davlat dasturini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Qarori.