

OMMAVIY BAYRAMLARNI TASHKIL ETISHDA XORIJIY TAJRIBA (GULLAR FESTIVALI MISOLIDA)

<https://doi.org/10.70728/orien.v07.i05.034>

Bahtiyorjon G'iyosov
Namangan davlat universiteti

Annotatsiya: Maqolada Keukenhof, Chelsea Flower Show va Yaponiya Sakura festivallari misolida gullar festivallarini tashkil etishning xorijiy tajribasi o'rganilgan. Event tourism nazariyasi, tashrif buyuruvchi motivatsiyasi va auditoriya segmentatsiyasi asosida Namangan xalqaro gullar festivalini rivojlantirishning amaliy modeli taklif etilgan. Model festival konsepsiyasini shakllantirish, tashrif buyuruvchi tajribasini loyihalash, ko'p tilli raqamli kommunikatsiya va ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirni monitoring qilishni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: gullar festivali, event tourism, shahar imiji, auditoriya segmentatsiyasi, destination image, madaniy diplomatiya

FOREIGN EXPERIENCE IN ORGANIZING PUBLIC CELEBRATIONS (ON THE EXAMPLE OF FLOWER FESTIVALS)

Bahtiyorjon G'iyosov
Namangan State University

Abstract: This article explores international experience in organizing flower festivals through the examples of Keukenhof, Chelsea Flower Show, and Japanese Sakura festivals. Based on event tourism theory, visitor motivation, and audience segmentation, a practical development model for the Namangan International Flower Festival is proposed. The model encompasses festival concept formation, visitor experience design, multilingual digital communication, and socio-economic impact monitoring.

Keywords: flower festival, event tourism, city image, audience segmentation, destination image, cultural diplomacy

Gullar festivali jahon tajribasida ommaviy-madaniy tadbirlarning o'ziga xos sintezlashgan shaklidir. Chunki ular tabiat, estetika, landshaft dizayni, shahar makoni, turizm, savdo-ko'rgazma faoliyati va madaniy diplomatiyani birlashtiradi. Bunday festivallarda gul oddiy biologik obyekt emas, balki shahar obrazini yaratadigan,

aholining estetik didini shakllantiradigan va turist uchun unutilmas tajriba ishlab chiqaradigan ramziy vositaga aylanadi.

D.Getz madaniy turizmni mustaqil yoʻnalish sifatida talqin qilib, festival va maxsus tadbirlar hududga tashrif motivatsiyasini kuchaytirishi, joyning imijini yangilashi hamda iqtisodiy va ijtimoiy taʼsirlar hosil qilishini koʻrsatadi [1, 1-47]. Namangan xalqaro gullar festivali ham aynan event tourism doirasida tahlil qilinishi kerak: u sayyohni faqat manzilga emas, balki muayyan vaqtda kechadigan tajribaga jalb qiladi.

Gullar festivalining muvaffaqiyati faqat gullar soni yoki bezak koʻlamiga bogʻliq emas. B.Quinn sanʼat festivallari va shahar oʻrtasidagi munosabatni tahlil qilar ekan, festival shahar hayotini jonlantirishi, urbanistik makonni vaqtinchalik yangi maʼno bilan toʻldirishi va mahalliy hamjamiyatni faol ishtirokchi sifatida jalb qilishi zarurligini taʼkidlaydi [2, 927-943]. Namangan festivali ham shahar markazi, parklar, koʻchalar, koʻrgazma maydonlari va mahalliy aholi ishtiroki orqali butun shaharni festival makoniga aylantirishi bilan ahamiyatlidir.

Namangan festivalida kognitiv komponent - gullar koʻrgazmasi, tarix, joylashuv, narx, xizmatlar, dastur va marshrut haqidagi maʼlumotlar; affektiv komponent esa rang, hid, kayfiyat, estetik zavq va jamoaviy quvonch bilan belgilanadi.

Xorijiy tajribadan kelib chiqib Namangan xalqaro gullar festivalini tashkil etishda quyidagi jihatlariga alohida eʼtibor qaratish muhim hisoblanadi.

Birinchidan, festivalning aniq konsepsiyasi boʻlishi kerak. Keukenhof tajribasida asosiy konsepsiya lola va golland landshaft estetikasiga, Chelsea Flower Show tajribasida dizayn, bogʻdorchilik innovatsiyasi va professional tanlovga, Sakura festivallarida esa mavsumiy tabiat hodisasini milliy estetik tajribaga aylantirishga tayanadi [2, 927-943]. Namangan festivali konsepsiyasi ham "gullar shahri", "estetik turizm", "oʻzbekona mehmondoʻstlik" va "mahalliy gulchilik maktabi" atrofida aniq shakllantirilishi zarur.

Ikkinchidan, festivalda tashrif buyuruvchi tajribasi bosh mezonga aylanishi kerak. J.L.Crompton va S.L.McKay festivalga tashrif motivlarini oʻrganib, insonlar festivalga yangilik, ijtimoiylashuv, oilaviy vaqt, madaniy tajriba, qochish va oʻzini boyitish kabi motivlar bilan kelishini koʻrsatgan [3, 425-439]. Namangan festivalida ham sayyoh uchun marshrut, dam olish zonasi, fotosurat nuqtalari, gidlik xizmati, ovqatlanish, transport va xavfsizlik tizimi bir butun tajriba sifatida loyihalaniishi lozim.

Uchinchidan, tashrif buyuruvchilar segmentatsiyasini hisobga olishdir. C.K.Lee, Y.K.Lee va B.E.Wicks festival motivatsiyasini millat va qoniqish darajasi boʻyicha segmentlarga ajratish zarurligini koʻrsatadi [4, 61-70]. Namangan xalqaro gullar festivalida ham mahalliy aholi, respublika ichki sayyohlari, qoʻshni davlatlardan

keluvchi mehmonlar, professional floristlar, blogerlar, oilaviy turistlar va akademik-madaniy auditoriya uchun turli kontent paketlari ishlab chiqilishi mumkin.

To'rtinchidan, festivalning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini muntazam o'lchashdir. D.Gursoy, K.Kim va M.Uysal tadbir tashkilotchilarining festival ta'sirini qabul qilishini o'rganib, iqtisodiy foyda bilan bir qatorda ijtimoiy xarajatlar, infratuzilma bosimi, mahalliy aholi munosabati va ekologik masalalar ham baholanishi zarurligini ko'rsatadi [5, 171-181]. Namangan festivalida ham mehmonlar soni, xarajatlar, bandlik, tadbirkorlik faolligi, mahalliy aholi qoniqishi va ekologik yuklama indikatorlari ishlab chiqilishi kerak.

Beshinchidan, festival auditoriyasini bozor segmentlariga ajratish orqali xizmatlar sifatini oshirishdir. S.Formica va M.Uysal Umbria Jazz Festival misolida tashrif buyuruvchilar turli motivatsion va demografik guruhlarga ajralishini ko'rsatgan [6, 175-182]. Namangan gullar festivalida ham "oilaviy dam olish", "foto-turizm", "professional floristika", "xalqaro mehmonlar", "talabalar va yoshlar", "eko-turizm" kabi segmentlar asosida xizmatlar ishlab chiqilishi mumkin.

Festivalning jamoaviy ijtimoiy ta'siri ham alohida baholanishi lozim. K.Small festivalning ijtimoiy o'lchamlarini o'rganib, jamoaviy faxr, ijtimoiy aloqalar, mahalliy identitet, madaniy almashinuv va hayot sifati kabi ko'rsatkichlarni muhim deb biladi [7, 45-55]. Namangan festivalining kuchli tomoni ham shundaki, u shahar aholisi uchun faqat tomosha emas, balki o'z shahridan faxrlanish va uni mehmonlarga namoyish etish imkonidir.

Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, xorijiy gullar festivallarining kuchli tomoni ularning barqaror konsepsiyasi, servis sifati, professional boshqaruvi, xalqaro reklama tarmog'i va tashrif buyuruvchi tajribasini chuqur loyihalashidadir. Namangan festivalining kuchli tomoni esa mahalliylik, ommaviylik, tabiiy estetik joziba, shahar bilan hissiy bog'liqlik va O'zbekistonning mehmondo'st madaniy qiyofasini namoyon eta olishidir.

Shu asosda Namangan xalqaro gullar festivalini rivojlantirish uchun qiyosiy model taklif etiladi.

- ❖ festivalning o'ziga xos konsepsiyasi "Namangan - gullar shahri" obrazi bilan mustahkamlanadi.

- ❖ xalqaro floristika, landshaft dizayni va ekoturizm elementlari kiritiladi.

- ❖ ko'p tilli raqamli kommunikatsiya yo'lga qo'yiladi.

- ❖ tashrif buyuruvchi tajribasi servis, xavfsizlik, transport va vizual marshrutlar orqali boshqariladi.

- ❖ festivalning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ta'siri har yili o'lchab boriladi.

"Destination image" nazariyasi ham Namangan festivalini qiyosiy tahlil qilishda zarurdir. S.Pike turistik manzil imiji bo'yicha 142 tadqiqotni tahlil qilib, manzil haqidagi tasavvur turist qaroriga kuchli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatgan [8, 541-

549]. Namangan uchun "gullar shahri" obrazi kuchli turistik signal bo'lib, festival orqali mustahkamlanishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, xorijiy gullar festivallari tajribasini qiyosiy o'rganish Namangan xalqaro gullar festivali uchun bir necha muhim xulosa beradi: festival konsepsiyasi aniq belgilanishi, tashrif buyuruvchi tajribasi puxta loyihalashtirilishi, auditoriya segmentlarga ajratilib ishlanishi, raqamli kommunikatsiya va ko'p tilli axborot tizimi yo'lga qo'yilishi, iqtisodiy-madaniy ta'sir muntazam o'lchanishi va festival shahar obrazi bilan uzviy bog'lanishi lozim. Mazkur tamoyillar Namangan modelining xalqaro maydonda raqobatbardosh bo'lishiga zamin yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Getz D. The Nature and Scope of Festival Studies // International Journal of Event Management Research. - 2010. - Vol. 5, №1. - P. 1-47.
2. Quinn B. Arts Festivals and the City // Urban Studies. - 2005. - Vol. 42, №5-6. - P. 927-943
3. Crompton J.L., McKay S.L. Motives of Visitors Attending Festival Events // Annals of Tourism Research. - 1997. - Vol. 24, №2. - P. 425-439.
4. Lee C.K., Lee Y.K., Wicks B.E. Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction // Tourism Management. - 2004. - Vol. 25, №1. - P. 61-70.
5. Gursoy D., Kim K., Uysal M. Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation // Tourism Management. - 2004. - №25. - P. 171-181.
6. Formica S., Uysal M. A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy // Festival Management and Event Tourism. - 1996. - Vol. 3, №4. - P. 175-182.
7. Small K. Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception Scale // Event Management. - 2007. - Vol. 11, №1-2. - P. 45-55.
8. Pike S. Destination Image Analysis - A Review of 142 Papers from 1973 to 2000 // Tourism Management. - 2002. - №23(5). - P. 541-549.