

Музыкальные фестивали как инструмент формирования туристического имиджа Узбекистана

Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович

Ропижонова Лазиза Суннатулла кизи

Выпускник (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: lazizaropijonova@gmail.com

Современная индустрия туризма характеризуется активным стремлением стран выделиться, привлекая путешественников уникальными культурными предложениями. Культурные события, такие как музыкальные фестивали, становятся важным инструментом продвижения территорий, формируя узнаваемый имидж страны и способствуя росту туристического потока. Узбекистан, обладая богатейшим историко-культурным наследием, в последние годы активно развивает туристическую индустрию, стремясь занять достойное место на международной арене. Музыкальные фестивали, сочетающие в себе традиционные и современные элементы, играют особую роль в этом процессе, выступая не только площадкой для творчества, но и мощным средством маркетинга региона.

Исследование посвящено анализу влияния музыкальных фестивалей на формирование туристического имиджа Узбекистана через призму трёх ключевых механизмов.

В качестве первого механизма рассматривается привлечение целевой аудитории. Музыкальные фестивали ориентированы на наиболее активный сегмент туристического рынка. Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) за 2024 год, каждый четвёртый россиянин (26%) за последний год участвовал в мероприятиях в других регионах, чаще всего это молодые люди 18-34. Наибольшую популярность имеют многодневные музыкальные фестивали (22%)[1]. Международные исследования подтверждают эту тенденцию: туристы в возрастной категории 18-34 года составляют приблизительно 64% рынка музыкального туризма, а 57% представителей поколения миллениалов отдают предпочтение приобретению опыта участия в событиях перед приобретением материальных благ[2]. Узбекистан демонстрирует разнообразие фестивальных форматов. Традиционный международный фестиваль "Шарк Тароналари", проводимый с 1997 года на площади Регистан в Самарканде, ежегодно собирает участников более чем из 80 стран[3]. Современный коммерческий фестиваль "Пепси Мюзик Фест", организуемый с 2022 года с участием мировых звёзд, в 2024 году посетили около 180 тысяч человек[4]. Фестиваль электронной музыки "Стихия", проводимый на территории бывшего дна Аральского моря, в 2025 году привлёк, в общей сложности, около 10000 посетителей, часть из которых - иностранные гости и артисты[5].

Следующий механизм связан с созданием медийного контента - событийный туризм выступает мощным инструментом медийного продвижения территории. Как отмечают исследователи, "событийный маркетинг - инструмент, который позволяет удерживать и привлекать посетителей и инвесторов. Правительства разных стран поддерживают и включают события в часть своей стратегии экономического развития, государственного строительства и в качестве инструмента маркетинга и брендинга территорий"[6]. Музыкальные фестивали генерируют значительные объёмы контента в традиционных и цифровых медиа, социальных сетях, на стриминговых платформах - всё это формирует образ Узбекистана как современной, динамично развивающейся страны, открытой к международному

культурному обмену. Согласно исследованиям, "успешно проведенные мероприятия положительно влияют на имидж территории за её пределами"[7], что критически важно для позиционирования страны на глобальном туристическом рынке.

Заключительный механизм обусловлен развитием государственно-частного партнёрства. Участие коммерческих структур обеспечивает профессионализацию организации фестивалей и расширение их масштаба. Пример "Пепси Мюзик Фест" демонстрирует эффективность модели государственно-частного партнёрства: корпорация ПепсиКо обеспечивает финансирование и привлечение мировых артистов, государство предоставляет инфраструктуру и административную поддержку. По данным исследования рынка событийного бизнеса в России вырос на 14%, а объём рынка корпоративных мероприятий составил 130 миллиардов рублей[8], что свидетельствует о коммерческой привлекательности событийного маркетинга и готовности бизнеса инвестировать в подобные проекты. Государственная поддержка закреплена в стратегии "Узбекистан - 2030", предусматривающей проведение не менее 10 международных фестивалей в сферах музыки, танца и театрального искусства[9]. По данным Всемирной туристской организации, за период с января по сентябрь 2025 года Узбекистан вошёл в число семи государств с наиболее высокими темпами роста международного туризма, продемонстрировав увеличение туристических прибытий на 73% относительно 2019 года[10].

Музыкальные фестивали выступают комплексным инструментом формирования туристического имиджа Узбекистана, объединяя привлечение целевой молодёжной аудитории, создание позитивного медийного образа и эффективное государственно-частное партнёрство. Разнообразие форматов - от традиционного "Шарк Тароналари" до коммерческого "Пепси Мюзик Фест" - позволяет транслировать многомерный образ страны. Для усиления имиджевого эффекта необходимо развитие системной медийной координации между государственными и коммерческими организаторами и внедрение инструментов оценки эффективности.

Источники и литература

- 1) ТАСС. В Самарканде открылся международный музыкальный фестиваль «Шарк Тароналари» [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/21058239> (дата обращения: 24.02.2026).
- 2) Grand View Research. Music tourism market size & share | Industry report, 2030 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/music-tourism-market-report> (дата обращения: 24.02.2026).
- 3) Kun.uz. Toshkentda Pepsi Music Fest 2025 muvaffaqiyatli yakunlandi [Электронный ресурс]. 24.09.2025. URL: <https://kun.uz/news/2025/09/24/toshkentda-pepsi-music-fest-2025-muvaffaqiyatli-yakunlandi> (дата обращения: 24.02.2026).
- 4) Правительственный портал Республики Узбекистан. Новости Министерства культуры Республики Узбекистан [Электронный ресурс]. URL: <https://gov.uz/ru/madaniyat/news/view/20061> (дата обращения: 24.02.2026).
- 5) NOVA24. Фестиваль Stihia 2025 завершился в Муйнаке: тысячи гостей, десятки артистов и яркое будущее [Электронный ресурс]. URL: <https://nova24.uz/uzbekistan/festival-stihiya-2025-zavershilsya-v-mujnake-tysyachi-gostej-desyatki-artistov-i-yarkoe-budushhee/> (дата обращения: 24.02.2026).
- 6) Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории [Электронный ресурс] // Проблемы и перспективы экономики и управления (II): материалы конференции. 06.07.2025. URL: <https://articles.moluch.ru/conf/econ/archive/77/3989> (дата обращения: 24.02.2026).

- 7) Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-kak-novoe-napravlenie-rossiyskogo-turisticheskogo-rynka> (дата обращения: 24.02.2026).
- 8) EVENT-индустрия. Краткий анализ рынка [Электронный ресурс] // Маркетинг на vc.ru. 11.10.2025. URL: <https://vc.ru/marketing/2268873-analiz-rynka-event-industrii-v-rossii> (дата обращения: 24.02.2026).
- 9) АРТА Uzbekistan. Президент Шавкат Мирзиёев утвердил Стратегию «Узбекистан – 2030» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.apta.uz/ru/news/760> (дата обращения: 24.02.2026).
- 10) Travel Tomorrow. Uzbekistan ranks among world's fastest growing tourism destinations in 2025 [Электронный ресурс]. 22.12.2025. URL: <https://traveltomorrow.com/uzbekistan-ranks-among-worlds-fastest-growing-tourism-destinations-in-2025/> (дата обращения: 24.02.2026).