Creative Economy

**Развитие креативных индустрий в Узбекистане**

9 июня 2023 г.

Оглавление

[Введение 3](#_Toc137149271)

[Предыстория и цели проекта 3](#_Toc137149272)

[Обзор сектора фестивалей и мероприятий в Узбекистане 4](#_Toc137149273)

Подход  [5](#_Toc137149274)

[Ключевые выводы 6](#_Toc137149275)

Деловая среда  [6](#_Toc137149276)

Региональные проблемы [6](#_Toc137149277)

Финансирование [7](#_Toc137149278)

Регулирование [8](#_Toc137149279)

Навыки и нехватка навыков [10](#_Toc137149280)

Развитие аудитории [11](#_Toc137149281)

Рекомендации [13](#_Toc137149282)

Общие рекомендации [13](#_Toc137149283)

Другие рекомендации [13](#_Toc137149284)

Ссылки [15](#_Toc137149285)

Приложение [16](#_Toc137149286)

# Введение

### История и цели проекта

Данное исследование было проведено по заказу British Council и реализовано организацией «Counterculture Partnership LLP». Проект осуществляли консультанты «Counterculture Partnership LLP»: Джон Зефф, Джон Ньюбигин и Тара Танк при поддержке местного эксперта Гюнеш Ходжакули.

Эта работа была проведена в дополнение к предыдущему исследованию, завершенному в мае 2022 года, в ходе которого было осуществленно картирование креативных индустрий в Узбекистане и подготовлено несколько практических рекомендаций для поддержки дальнейшего развития сектора.[[1]](#footnote-2) Интервью c экспертами для исследования, которое находится перед вами проводились в период с января по май 2023 года.

После первого отчета – общего картирования креативных индустрий в Узбекистане - было решено в качестве следующего шага сосредоточиться на конкретной индустрии, а именно проведение культурных мероприятий, ивенотов, фестивалей в живом исполнении (так называемые Live events), в первую очередь в области музыки, кино и исполнительского искусства.

Мероприятия в живом исполнении имеют решающее значение для сектора креативных индустрий, и в Узбекистане растет число музыкальных и художественных фестивалей. Они играют важную роль в продвижении сектора, отдельных творческих единиц и авторов среди местной, национальной и международной аудитории. Эти мероприятия имеют огромный потенциал (а некоторые уже успешно релизовывают его на практике) для формирования международного профайла страны, стимулировать туризм, а также продвигать перспективы и возможности для культурного и креативного секторов в Узбекистане для зарубежной аудитории.

Цели этого исследования, вкратце, состояли в том, чтобы:

* Сформулировать из каких мероприятий состоит данный сектор и представить его характеристики.
* Определить ключевые возможности и проблемы для нынешних и потенциальных организаторов мероприятий при проведении мероприятий.
* Предоставить практические рекомендации для сектора и/или правительства, чтобы способствовать дальнейшему развитию и расширению сектора фестивлей и культурных ивентов в живом исполнении (live events )в Узбекистане.

В последние несколько лет правительство уделяет все больше внимания развитию и увеличению колличества фестивалей в Узбекистане,включая принятие нового законодательства для расширения спектра крупных мероприятий и их финансовой поддержки. К настоящему докладу прилагается таблица, обобщающая эти и другие недавние законодательные меры.

Развитие этого сектора, вероятно, станет одним из направлений дальнейшего внимания в преддверии Всемирной конференции по креативной экономике - World Conference on Creative Economy 2024 года, которая пройдет в Узбекистане. Помимо информирования о действиях в Узбекистане, этот отчет может также стать основой для разработки фактических данных и материалов для обсуждения для Всемирной конференции, в зависимости от того, как будет развиваться повестка дня.

### Обзор сектора фестивалей и мероприятий в Узбекистане

Узбекистан предлагает разнообразные круглогодичные фестивали и мероприятия и их колличество растет. Многие из самых популярных мероприятий посвящены богатому культурному наследию и традициям страны. Правительство все чаще рассматривает данные секторы как важные в культурном и в экономическом плане; а также в качестве потенциально важной движущей силы для туризма и создания международного бренда. В одном из выпусков журнала «Узбекистон хаво йуллари» говорится, что Узбекистан «должен превратиться в страну фестивалей».[[2]](#footnote-3)

Спектр фестивалей и културных мероприятий увеличивается и включает в себя как празднования, основанные на культурных традициях Узбекистана, так и современной культуры. Примеры фестивалей:

* Музыкальные фестивали, в том числе:
* «Шарк тароналари» (Самарканд) является одним из крупнейших в Центральной Азии фестивалей традиционной музыки и танцев.
* Фестиваль электронной музыки «Стихия», зародившееся в Муйнаке, Каракалпакстане, на берегу Аральского моря.
* Международный джазовый фестиваль (7-й выпуск в 2023 г.), прошедший в Ташкенте, с участием около 20 концертов местных и зарубежных исполнителей.
* **MOC Fest**, мультидисциплинарный фестиваль современной культуры в Ташкенте.
* **Ташкентский международный кинофестиваль**, проходивший с 1968 по 1997 год и возобновленный в 2021 году, продвигает фильмы из Узбекистана и других стран и включает конкурс «Кино за 5 дней» для начинающих кинематографистов со всего мира.
* **Байсун бахори** **(Сурхандарьинская область)**, проводимый с 2002 года, демонстрирует богатое культурное наследие Узбекистана, в том числе фольклорные ансамбли, цирковые представления, театр и традиционные виды спорта.
* **Фестиваль национальных народных игр** в Бухарской области с театрализованными представлениями, танцевальными выступлениями фольклорных коллективов со всего Узбекистана, ярмарками и национальными играми.
* **Фестиваль «Шелк и специи»** в Бухаре, важной остановке на Великом шелковом пути, посвящен культурным традициям Узбекистана и развитию народного искусства и ремесел, а также массовым гуляниям с танцами и музыкой.

Многие из ключевых фестивалей организуются и финансируются непосредственно правительством: они, как правило, посвящены традиционной музыке и искусству Узбекистана. Также растет число независимо организованных мероприятий, часто посвященных более современным формам музыки, кино и других видов исполнительского искусства.

В Указе Президента от 2021 года «*О мерах по дальнейшему повышению роли и значения культуры и искусства в жизни общества*» подчеркнута приверженность правительства развитию сектора фестивалей и мероприятий в соответствии с его стремлением «модернизировать культуру и искусство и обеспечивать обучение, развитие талантов и улучшение образовательных ресурсов для молодежи, а также расширение культурных услуг и мероприятий, особенно в отдаленных районах». Этот указ установил детальное планирование и составление бюджета для масштабной программы мероприятий, с четкими обязанностями, возложенными на Министерство культуры, областные и городские власти и другие органы по обеспечению их выполнения.
Большинство мероприятий, спонсируемых государством, можно посещать бесплатно, но в ходе интервью стало понятным, что у организаторов государственных мероприятийи и фестивалей есть желание изучить более финансово устойчивые модели на более долгосрочную перспективу. Данный вопрос также является ключевым для организаторов и промоутеров независимых мероприятий, которые не получают государственных субсидий.

### Подходы к проведению исследования

Материалы, информация и опыт, на которых основаны наши выводы и рекомендации, были собраны в рамках трех отдельных, но дополняющих друг друга подходов к проведению исследования, в период с января по май 2023 года:

* «Кабинетное исследование»: обзор общедоступной информации, которая доступна в интернете, о событиях/фестивалях в живом исполнении в Узбекистане и подходе правительства к их развитию.
* Анкетирование: короткая письменная анкета, которая была отправлена нами представителям сектора, которые непосредственно имеют отношение к организации фестивалей и мероприятий в живом исполнении, для получения первоначального обзора на ряд возможностей и проблем и точек зрения по данному сектору.
* Посещение Ташкента: Серия интервью 1:1 и в малых группах с представителями сектора, проведенных в Ташкенте в марте 2023 года. Среди опрошенных были, в том числе, как организаторы уже более крупных фестивалей, так и организаторы независимых мероприятий, работающих над созданием новых событий с нуля.

Результаты этих трех методов исследования объединены в данном отчете, который включает некоторые рекомендации для дальнейших действий как правительства, так и отрасли, чтобы обеспечить дальнейший рост и лучшее управление событиями.

В следующем разделе обобщаются взгляды и полученные материалы, собранные в ходе нашего исследования, а также наши взгляды на происходящие процессы. Этот анализ служит основой для ряда практических рекомендаций для отрасли, правительства и других ключевых органов, которые следует рассмотреть и реализовать в сотрудничестве друг с другом.

Мы разделили наши выводы по шести заголовкам, отражающим ключевые тематические вопросы, которые неоднократно упоминались нашими собеседниками как особо важные для будущего сектора: Деловая среда; Регионы; Финансирование; Регулирование; Навыки; Развитие аудитории.

Проект осуществляли консультанты «Counterculture Partnership LLP»: Джон Зефф, Джон Ньюбигин и Тара Танк при поддержке местного эксперта Гюнеш Ходжакули.

# Ключевые результаты

### Деловая среда

Как и все постсоветские страны, правительство Узбекистана принимает активное участие в культурной экономике страны. В советское время культурная деятельность в основном финансировалась государством или была частной и любительской, а коммерческой деятельности было очень мало. Тридцать лет спустя наследие этого подхода сохраняется и существенно влияет на навыки, финансы, регулирование, инфраструктуру и мышление, необходимые для управления тем, что, тем не менее, является растущим коммерческим сектором. Но рост распределяется неравномерно. Наши респонденты сообщили нам, что за исключением Ташкента с его более искушенным и космополитичным населением, спрос и ожидания на независимые фестивали или мероприятия исполнительского искусства по коммерческим ценам в регионах все еще ограничен. Культурные мероприятия, финансируемые государством, часто бесплатны, в результате чего цены на билеты, системы продажи билетов, анализ аудитории и целевой маркетинг развиты слабо. Кроме того, выступления и выставки, поддерживаемые государством, как правило, отдают предпочтение размеру аудитории как ключевому показателю успеха и, таким образом, имеют тенденцию к массовости с точки зрения содержания, с сильным акцентом на традиционных формах искусства и ремеслах. Это затрудняет коммерческим промоутерам формирование хорошо информированной и критически настроенной аудитории, которая потенциально посещает современные культурные мероприятия.

Несколько наших респондентов сказали нам, что мероприятия, которые можно было бы назвать более экспериментальными и инновационными, с трудом находят аудиторию за пределами Ташкента. Респонденты возмущались излишней бюрократизацией и непрозрачной системой, свзанной с разрешением на проведение мероприятий. Отсутствие более эксперементальных, менее традиционных мероприятий, по словам респондентов, результат самоцензуры организаторов, которые не хотят идти на риски, так как принятием решений занимаются чиновники, которые не разбираются в современной культуре. Один из респондентов сказал: «…это могут быть не правительственные ограничения, а просто один человек или учреждение, которые не понимают ценности определенных художественных мероприятий». Другой с сожалением заметил, что «самым большим преимуществом Узбекистана являются его сильные традиции, а самым большим недостатком — его сильные традиции».

Респонденты рассказали нам, что еще одна проблема заключается в том, что поддерживаемые государством мероприятия имеют приоритет в получении площадок по проведению мероприятий и коммерческое частное мероприятие может потерять площадку, если государство вдруг решит, что их мероприятие будет проведено именно там. Данные решения объявляются по факту и представляются с очень небольшим уведомлением, тем самым создавая серьезную проблему для частных промоутеров, которые должны жить в неопределенности потери площадок для своих ивентов, которые они забронировали или вовсе отмены их мероприятия – а значит, и неизбежные финансовые и репутационные последствия[[3]](#footnote-4). Нам рассказали о другой проблеме, отнюдь не присущий только для Узбекистана, что артисты и вспомогательный персонал, приглашенные для участия в мероприятиях, спонсируемых государством, часто сталкиваются с медленной и несвоевременной оплатой гонораров и расходов. Возможно, это еще один пережиток советских времен, когда от артистов ожидалось бесплатное выступление на государственных мероприятиях, и в случае отказа они рисковали быть маргинализованными. Несмотря на эти многочисленные препятствия, промоутеры заявили, что, по их мнению, правительство осознает необходимость перемен и стремится к развитию более коммерчески устойчивой модели культурных мероприятий, особенно крупных мероприятий и фестивалей, которые могут привлечь международную аудиторию и, следовательно, экономическую выгоду для государства.

### Региональные вопросы

Как и в большинстве других стран, художественная деятельность, навыки, ресурсы и инфраструктура в Узбекистане в значительной степени сосредоточены в столице, Ташкенте, а также в нескольких других городских центрах, таких как Самарканд с его богатым наследием традиционных искусств и ремесел, хотя крупные международные фестивали начинают проявляться и в других частях страны, в том числе на необычном ежегодном фестивале «Стихия» на берегу Аральского моря. Дополнительным фактором этого регионального дисбаланса является язык; многие из наших респондентов отметили, что большая часть культурных мероприятий представлена на русском или даже английском языке. Однако за пределами Ташкента и нескольких других городов зрители хотят и ожидают, чтобы представление было на узбекском языке, и их культурный опыт, вероятно, будет ограничен традиционным искусством и формами искусства или ограничен просто отсутствием контакта с опытом живых культурных мероприятий (livе events). Например, один музыкальный промоутер сказал нам, что публика настолько привыкла слушать записанную музыку, что мало ценит живое выступление певцов. Другие респонденты сообщили нам, что в регионах ощущается нехватка качественных площадок, особенно площадок среднего размера, что сопряжено с соответствующими трудностями в поиске качественного технического оборудования или квалифицированных технических специалистов и вспомогательного персонала. Это означало, что более крупные мероприятия и живые выступления в регионах часто зависели от оборудования и закулисного персонала, прибывающего из Ташкента, что влекло за собой расходы на плохое транспортное сообщение и большие расстояния; - Фестиваль «Стихия», например, несколько лет проходил в 1300 км от столицы.

Что касается более положительного момента, то некоторые из наших респондентов подчеркнули, что некоторые региональные администрации поддерживают более широкое развитие искусства и культуры, но имеют ограниченную автономию в плане выбора выступлений, поддержки независимых артистов или поиска капитальных ресурсов для улучшения своей инфраструктуры. Общее отсутствие культурного опыта означает, что чиновники часто не знают, чего хотят. Учитывая желание правительства развивать растущую туристическую индустрию с объектами и мероприятиями, которые будут привлекать как местных, так и иностранных посетителей, есть тенденции и опыт работы с хокимами городов и другими региональными лидерами для стимулирования культурных предложений, которые могли бы представлять традиции, историю или географию регионов страны. Фестиваль «Стихия» является очевидным примером того, как сочетание факторов, в том числе разнообразие и экзотичность ландшафта Аральского моря и экологическая повестка фестиваля, могут стать основой для стратегий возрождения культуры на региональном или городском уровне.

Нам сказали, что международные культурные организации с активными программами в Узбекистане, в том числе British Council, Гете-Институт и Швейцарское бюро по сотрудничеству, помогли продвигать искусство и культурные мероприятия в регионах, и что положительное воздействие этого, возможно, могло бы быть усилено, если бы эти учреждения работали в более тесном сотрудничестве друг с другом. Некоторые из наших респондентов упомянули о государственной политике поддержки традиционных ремесел, включая субсидии на обучение и налоговые льготы для поддержания ремесленного производства в регионах, отметив, что если бы такой же подход был применен к современному искусству и мероприятиям в живом исполнении, это могло бы сделать более разнообразный культурный опыт доступным для граждан по всей стране. Они также отметили, что недавний указ Президента упростил проведение крупных культурных мероприятий. Хотя это было сделано в первую очередь для поддержки роста международного туризма, в сочетании с заявленным в нем стремлением увеличить число поддерживаемых государством мероприятий и фестивалей, которые могли бы стать финансово самоокупаемыми, демонстрирует то, что правительство готово принять меры для поддержки новых подходов к развитию культурного сектора страны.

### Финансирование

В 2022 году правительством было принято поставновление, в котором излагаются подробные требования к центральным и региональным органам власти по разработке, финансированию и реализации графиков крупных мероприятий. К ним относятся музыкальные фестивали, театральные гастроли и цирковые представления. Это частично обусловлено желанием увеличить въездной туризм в Узбекистан, но также является результатом растущего приоритета развития креативной экономики страны, которая рассматривается как ключ к будущему развитию экономики и культуры Узбекистана. Многие крупнейшие фестивали в Узбекистане, особенно основанные на более традиционных формах искусства, в основном финансируются государством. Существует государственное финансирование для постановки и проведения новых фестивалей, хотя мы понимаем, что аппетит к поддержке новых мероприятий варьируется в зависимости от местных властей. Однако нам сказали, что государственное финансирование, как правило, сопряжено со значительным бременем дополнительных требований: они были как административными (например, просроченные платежи, организация в последнюю минуту), так и связанными с содержанием (проверка и ограничения, налагаемые на программы мероприятий и исполнителей). Похоже, что это удерживает многих организаторов, особенно независимых и более современных мероприятий, от поиска официальной финансовой поддержки. Один респондент отметил, что «работа с государственными органами — это хороший опыт, если не брать с них деньги».

Кроме того, нам сообщили, что – и это соответствует результатам нашего предыдущего отчета - многие организации и отдельные исполнители, участвующие в мероприятиях, официально не зарегистрированы, в основном потому, что уровни налогообложения воспринимаются как очень высокие, до уровня, который может сделать небольшой и растущий творческий бизнес нежизнеспособным. Это может вызвать дополнительные сложности в процессе организации крупных мероприятий, в том числе при привлечении исполнителей: одно из агентств, с которым мы говорили, отметило, что «трудно работать с исполнителями, поскольку они хотят работать только с наличными». Нам сказали, что сочетание НДС и налогов на прибыль юридических лиц, а также относительно низкий порог для более высоких налоговых ставок (около 90 тысяч долларов США) могут стать сдерживающим фактором для проведения новых фестивалей и концертных туров, которые часто организуются как отдельные события. Подобные обстоятельства ведут к увеличению стоимости билета за концерт и таким образом мероприятие может стать финансово недоступным для многих граждан. В результате многие крупнейшие и более традиционные фестивали финансируются государством и часто могут быть бесплатными для посещения. Эта схема финансирование является более серьезной проблемой для тех, кто хочет организовать независимые, более современные мероприятия, которые часто начинаются с малого и со временем становятся более крупными мероприятиями с более крупными бюджетами. Были призывы к властям пересмотреть налоговую базу, влияющую на мероприятия, и, в частности, рассмотреть возможные льготы для поощрения и предоставления творческим предпринимателям возможности разрабатывать новые независимые мероприятия.

С положительной стороны, мы услышали от нескольких респондентов, что желание оставаться независимым от государственных субсидий привело к некоторому успеху в привлечении поддержки со стороны более широкого круга партнеров, включая международные организации, такие как British Council, и коммерческих спонсоров. Мы слышали от организаторов мероприятий, которые уделяют все больше внимания сотрудничеству в области сбора средств, и говорили, что они набираются опыта и своей способности строить стратегические отношения с коммерческими брендами. Было ясно, что возможности для получения финансирования из неправительственных источников растут и становятся более доступными, но для поддержания этого необходимо создать более устойчивую и широкую сеть взаимной кооперации (нетворкинг) в секторе проведения мероприятий. В частности, было признано, что для нахождения коммерческих партнеров требуются новые навыки, например, как взаимодействовать с отделами коммерческого маркетинга; и как обосновать инвестиции с точки зрения, например, добавленной стоимости и узнаваемости бренда. Было также отмечено, что по мере роста числа небольших фестивалей возрастает потребность в наращивании потенциала и возможностей в области прямого маркетинга для зрителей и продажи билетов. Как отмечалось выше, создание аудитории, которая хочет и может платить за билеты, становится все более сложной задачей за пределами крупных городов.

Мы понимаем, что правительство само заинтересовано в разработке более финансово устойчивых моделей для мероприятий, спонсируемых государством, поэтому у организаторов независимых и финансируемых государством мероприятий может быть возможность сотрудничать в разработке более коммерческих моделей, а также навыков, необходимых для их работы.

### Регулирование

Мы понимаем, что все мероприятия с ожидаемой аудиторией более 100 человек требуют официального разрешения правительства (на уровне города/региона). Существуют также централизованные лицензионные требования для организаторов и исполнителей. Многие из опрошенных нами людей рассказали о своем опыте процесса получения лицензии и высказали свое мнение о том, как его можно улучшить. Опыт, который мы услышали, был неоднозначным: наше общее впечатление заключалось в том, что процесс получения разрешения не настолько прозрачен, насколько мог бы быть, и что его успешное проведение частично зависит от налаживания отношений с органом, принимающим решения. Мы заметили, например, что существуют различия в понимании точного уровня порогов аудитории, выше которых требуется официальное разрешение. Это может свидетельствовать о том, что авторитетное руководство по процессам заявки и получения разрешения не так легко доступно, как могло бы быть (или, по крайней мере, организаторы этого мероприятия не знакомы с ним).

Постоянно сообщалось, что процесс получения разрешения может быть непропорционально обременительным и медленным. Информация, предоставленная Управлением внутренних дел Ташкента, указывает на то, что основные вопросы, которые необходимо тщательно изучить при рассмотрении заявления, связаны с общественной безопасностью, например, обеспечение соблюдения норм пожарной безопасности и наличие необходимой аптечки первой помощи[[4]](#footnote-5). Однако на практике кажется, что точные требования, которым должны соответствовать мероприятия, потенциально в сочетании с условиями разрешения и лицензирования, могут быть непредсказуемыми, и официальные лица иногда желают более подробно изучить программу и мероприятия мероприятия. Один из опрошенных отметил, что официальная проверка может включать проверку того, «какие будут тексты песен и как будет одет исполнитель».

Несколько заинтересованных сторон отметили, что налаживание хороших отношений с официальными лицами органов власти оказалось особенно важным для получения разрешения на проведение мероприятий. Один из опрошенных сказал, что заявление в городские власти «может быть похоронено там, если у вас нет там знакомого, который может напрямую выяснить статус заявления и помочь его протолкнуть». Другой респондент отметил, что привлечение внешних партнеров и коммерческих спонсоров часто помогало заверить официальных лиц в достоверности мероприятия, снижая уровень подробных вопросов и запросов информации, предъявляемых перед выдачей разрешения.

Из наших интервью следует, что эта зависимость от личных отношений является решающим фактором в определении того, насколько быстро и легко можно получить официальное одобрение. Результатом этого, вероятно, будет то, что система одобрения отдает предпочтение установленным мероприятиям и мероприятиям, спонсируемым престижными партнерами, но предпринимателям, стремящимся разработать новые программы, будет сложнее сориентироваться. Мы поговорили с несколькими людьми, работающими над созданием новых фестивалей, с реальными амбициями по охвату и обучению новой аудитории. Они показались нам очень креативными и находчивыми, с большим потенциалом для разработки высококачественных и инновационных мероприятий. Тем не менее, некоторые были обеспокоены перспективой получения официального одобрения и поэтому удерживались от расширения своих мероприятий до уровня, когда они могли бы привлечь внимание.

Среди многих участников независимых мероприятий сложилось мнение, что получение разрешения или финансовой поддержки от государственных органов привлечет нежелательное внимание, которое может фактически привести к цензуре программы и содержания. Было отмечено, что официальные мероприятия, спонсируемые государством, имеют, как правило, более традиционную и консервативную программу, и что власти уделяют особое внимание другим мероприятиям, которые финансируются в значительной степени государством и, следовательно, могут включать логотип правительства в свой брендинг и коммуникацию. Было также признано, что со стороны правительства была искренняя приверженность поддержке роста – как вширь, так и вглубь – сектора фестивалей и мероприятий в Узбекистане. Действительно, некоторые говорили нам, что в последнее время процесс получения разрешения стал проще. Тем не менее опасения по поводу официального вмешательства в содержание программ мероприятий по-прежнему рассматривались некоторыми как существенный фактор, сдерживающий доступ к государственной поддержке, особенно для тех, кто хочет проводить новые мероприятия («Моя единственная рекомендация — позволить нам работать и не вмешиваться»).

Эта широкая озабоченность по поводу риска привлечения нежелательного внимания к художественному содержанию мероприятий может также иметь более широкий «сдерживающий» эффект в отношении мероприятий, которые не финансируются или не тщательно изучаются правительством. Мы слышали отдельные сообщения о случаях, когда организаторы сами осуществляли цензуру программ или выступлений на своих мероприятиях, чтобы избежать включения материалов, которые, по их мнению, вызовут неодобрение и могут привести к нежелательным последствиям. Таким образом, независимо от того, насколько обоснованы такие опасения, восприятие риска того, что такие ограничения могут быть введены, может иметь сдерживающее влияние на художественный диапазон и качество, а также профиль событий современного и инновационного искусства в Узбекистане.

Повышение прозрачности и структуры процессов получения одобрения и более широкой официальной поддержки могут стать значительным шагом вперед в решении этих проблем. Мы рекомендуем правительству в тесном сотрудничестве с местными властями и лидерами отрасли пересмотреть эти процессы с целью их стандартизации и упрощения, чтобы свести к минимуму административную нагрузку на заявителей и сделать так, чтобы система работала одинаково для всех заявителей. Это должно сопровождаться четкими опубликованными руководящими принципами.

Мы также услышали от лидеров отрасли несколько примеров предпринимаемых усилий по развитию сети организаторов мероприятий, которые могут обмениваться опытом и знаниями между собой и сотрудничать, где это уместно, в работе с правительством и другими органами власти. Сильные отраслевые сети такого рода могут сыграть большую роль в обучении и руководстве компаниями и развитии сообществ взаимной поддержки на благо сектора в целом. Эти организации могут сыграть особенно важную роль в поддержке новых предпринимателей на ранних этапах создания и развития своего творческого бизнеса. Отрасль должна подумать о том, как такие профессиогальные сообщества могут развиваться дальше в творческих индустриях Узбекистана.

В ходе наших интервью мы познакомились с несколькими начинающими предпринимателями, которые разрабатывали новые, инновационные фестивали, фокусируясь на областях искусства, которые, по их мнению, были недооценены в Узбекистане. Мы были очень впечатлены их энтузиазмом, приверженностью делу и способностями, а также их стремлением расти и охватывать новую аудиторию. Это говорит о том, что в Узбекистане есть значительный предпринимательский творческий талант, который при правильной поддержке и поощрении со стороны правительства и отрасли может внести большой вклад в рост и престиж искусства и креативных индустрий Узбекистана как внутри страны, так и за рубежом.

### Навыки и дефицит профессиональных кадров

Мы попросили ряд ведущих промоутеров, импресарио и тренеров заполнить анкету, которая включала конкретные вопросы о навыках и потребностях в навыках. Ответы были очень разнообразными, но в целом у нас сложилось впечатление, что наши респонденты согласны, что у них есть доступ к квалифицированному персоналу. Есть также большой потенциал для совершенствования у тех, кто имеет амбиции работать на международном уровне. Им потребоются навыки более высокого уровня, если они хотят преуспеть в освоении новых рынков. С другой стороны, беспорядочный разброс ответов на наши вопросы также предполагал элемент «вы не можете знать того, чего вы еще не знаете». Из-за преобладающей практики бесплатных мероприятий следует, что области маркетинга, продажи билетов, анализа аудитории недостаточно развиты и, возможно, не осознаются, как нужные, наряду с потенциальными дополнительными потоками доходов на мероприятиях от продажи продуктов питания и напитков или сувенирной продукции. Проблемы эффективного логистического управления крупномасштабными мероприятиями предполагают отсутствие продуманных мер безопасности, и было ясно, что относительно мало внимания уделяется необходимости страхования – это может быть еще одним следствием того, что рынок мероприятий все еще в значительной степени разделен между событиями, которые спонсируются правительством и, следовательно, меньше нуждаются в страховом покрытии, а также неофициальными или полуофициальными событиями, скромный масштаб которых делает страхование весьма второстепенным соображением.

Сбор средств, инвестиции в специалистов и спонсорство были отмечены как вопросы, требующие новых и лучших навыков, если развивающийся коммерческий рынок должен расти, и хотя в стране есть продвинутые маркетинговые и рекламные агентства, некоторые из наших респондентов чувствовали, что они не были в достаточной степени приспособлены к конкретным потребностям продвижения мероприятий в живом исполнении или устанавливали цены, которые были по карману немногим промоутерам. В целом, ответы указывали на хороший уровень технических и управленческих навыков и доступ к качественным технологиям для небольших и средних мероприятий в сочетании с использованием импортированных навыков, а иногда и оборудования для крупных и очень крупных мероприятий, особенно на открытом воздухе. Несколько респондентов сказали, что они могут получить доступ к такого рода знаниям, наняв граждан Узбекситана, живущих заграницей, добавив, что эти квалифицированные работники часто были рады вернуться в Узбекистан для участия в определенных мероприятиях, с бонусом, который многие из них согласились получать по местным ставкам, а не более высокие ставки, которые они могли ожидать за границей. Но в более общем плане возникло ощущение, что развитию рынка мешает отсутствие агентства или сети, которые могли бы собрать воедино базу данных о специалистах и их навыках.

Что касается мнений о существующем обучении всему спектру технических, творческих и управленческих навыков, необходимых для проведения мероприятий и выставок, наши респонденты были более единодушны. Они привели примеры учебных модулей, предлагаемых организациями в Узбекистане и международными игроками, такими как филиал МГУ в Ташкенте. По крайней мере один промоутер высказался мнение, что из-за ограниченного количества квалифицированных и опытных организаторов мероприятий в стране, специалисты иногда неохотно делятся своим опытом опасаясь стимулирования конкуренции, хотя более отрытый подход помог бы увеличить рынок в целом. Нам сказали, что качество большей части образования и обучения на уровне бакалавриата было недостаточным. Это было связано с сочетанием учителей, которым не хватало практического опыта работы в отрасли, и отсутствием информированного спроса. Например, летняя школа для арт-менеджеров, организованная Вестминстерским университетом, вызвала относительно небольшой интерес и не получила дальнейшего развития.

### Развитие аудитории

Как мы обнаружили в нашем предыдущем исследовании, по-прежнему не хватает знаний или критической оценки современного искусства, включая независимое кино и музыку. Наши респонденты сказали нам, что большинство зрителей в Узбекистане предпочитают «более знакомые» и традиционные формы искусства. Это рассматривается как наследие советского периода с его ограничениями творческого самовыражения и его формальной системой образования, но некоторые из наших респондентов выразили обеспокоенность тем, что студентам до сих пор не предоставляется достаточная возможность испытать культурные события или участвовать в них. Этот культурный консерватизм неизбежно формирует амбиции организаторов фестивалей и мероприятий, которые стремятся связать местных и начинающих артистов с местной аудиторией. Тем не менее, по крайней мере, один из наших собеседников сказал, что аудитория современного искусства ежегодно растет вкупе с более широким пониманием «культуры», «новой культуры» и «культуры андеграунда» (последнее становится все более популярным).

Основным препятствием для независимых промоутеров является стоимость билетов на все, начиная от фестивалей и заканчивая посещением кинотеатров. Это усугубляется тем фактом, что многие мероприятия, спонсируемые государством, бесплатны. Наш опрос показал, что цены на билеты варьируются от 40 000 до 1,5 млн сумов, а средняя цена составляет от 100 000 сумов до 250 000 сумов в зависимости от масштаба мероприятия и того, является ли оно местным, региональным, национальным или международным. Учитывая, что среднемесячная заработная плата в стране оценивается в 3,9 млн. сумов[[5]](#footnote-6), становится очевидным, что коммерческие мероприятия проводятся только для ограниченной и в основном городской аудитории. Связанной с этим проблемой является размер аудитории, поскольку многие независимые мероприятия могут привлечь только небольшие толпы в 100-200 человек или меньше. Размер аудитории резко меняется, когда также используются онлайн-платформы, хотя мы мало слышали о способности организаторов монетизировать свое присутствие в интернете. Это подчеркивает гораздо более серьезную проблему очень незамысловатого рынка с точки зрения целевого маркетинга, систем онлайн-продажи билетов, аналитики аудитории и систем CRM.

Еще один связанный с этим вопрос касается доступности, особенно для регионов, удаленных от Ташкента, где заработная плата относительно ниже (см. предыдущий абзац). Были неоднозначные мнения о желательности проведения бесплатных мероприятий как способе увеличения аудитории и, таким образом, развития более коммерчески устойчивого рынка, и почти все респонденты нашего опроса заявили, что они проводят бесплатные мероприятия при условии наличия ресурсов, партнеров и талантов. Большинство приветствовало многочисленные бесплатные мероприятия, спонсируемые государством, такие как гастроли Симфонического оркестра и рок-концерты в регионах, как полезные для развития аудитории. Менее желательным было ощущение, что субсидируемые государством мероприятия были художественно осторожны и лишены воображения, плохо рекламировались и часто организовывались без особого планирования или предварительной рекламы. Это, в свою очередь, способствовало слаборазвитой культуре хорошего маркетинга и продвижения.

Многие из наших респондентов разделяли мнение правительства о том, что фестивали, особенно фестивали с международным охватом и привлекательностью, являются хорошим способом создать имидж страны, продвигать туризм и способствовать развитию рынка. Но наряду с опасениями по поводу недостаточного планирования и маркетинга существуют понятные опасения по поводу создания управленческого и производственного опыта для соответствия международным стандартам в сочетании с трудностями оплаты сборов по международным стандартам в стране, которая все еще является развивающейся экономикой. Еще одна обеспокоенность, о которой мы слышали, заключалась в том, что акцент на крупных фестивалях, направленных на привлечение международной аудитории, может относительно мало принести пользу или помочь росту отечественной аудитории.

Эта озабоченность хорошо иллюстрируется проблемой языка. Как мы уже выше отмечали, русский или даже английский язык часто является предпочтительным языком для многих мероприятий, посвященных современному искусству. В то время как это привлекает более искушенную и космополитическую аудиторию Ташкента и, возможно, одного или двух других городов, аудитория в регионах хочет и ожидает, что события будут проходить на узбекском языке. Это, в свою очередь, увековечивает преобладание более традиционных и «знакомых» видов искусства и культурного опыта, доступных в регионах, и затрудняет для независимых промоутеров современного искусства поиск коммерчески жизнеспособной аудитории в регионах.

Это сочетание географии, языка, традиции государственных мероприятий, которые являются бесплатными для публики, означает, что почти каждый аспект развития аудитории, маркетинга и анализа рынка нуждается в поддержке и инвестициях как для живой, так и для виртуальной аудитории.

# Рекомендации

### Общие рекомендации

* Мы рекомендуем всесторонний обзор процессов получения разрешений и связанных с ними лицензионных требований, особенно для небольших и средних мероприятий. Это должно быть направлено на:
* Упрощение процесса и снижение стоимости предъявляемых требований, особенно для небольших и средних мероприятий.
* Максимальное повышение прозрачности процессов принятия решений, включая предоставление доступных руководств по ключевым шагам, требуемой информации и критериям, учитываемым при принятии решений.
* Необходимо сформировать совместную правительственную/отраслевую рабочую группу для обсуждения практических масштабов таких изменений и, для привлечения более широкой профессиональной аудитории, проведения регулярного отрослевого форума для обсуждения ключевых вопросов и выработки общих приоритетов развития сектора.
* Наряду с этим лидеры креативной индустрии должны способствовать развитию отраслевых профессиональных сообществ с целью:
* Обеспечения обмена информацией и опытом в проведении мероприятий
* Формирования коллективного понимания передовой практики
* Предоставления взаимной поддержки и рекомендаций и, в частности, надежного источника советов, особенно для новых, менее опытных предпринимателей.

### Другие рекомендации

#### Деловая среда

* Правительству и отрасли следует рассмотреть возможность создания общедоступной национальной базы данных экспертов, сервисных компаний, поставщиков оборудования и инфраструктурных объектов.
* Следует уделить внимание внедрению правила «немедленной оплаты» для спонсоров и подрядчиков из государственного сектора, в соответствии с которым они обязуются оплачивать все счета и требования о возмещении расходов в течение 30 дней с момента их выставления.
* Можно учредить стипендии для промоутеров, чтобы они больше узнавали о международных рынках и аудитории.

#### Регионы

* Правительству на национальном и региональном уровне следует разработать комплексную стратегию культурно-фестивального туризма, чтобы максимизировать вклад мероприятий креативной индустрии в привлечение туристов в Узбекистан и его регионы.
* Следует рассмотреть вопрос о дополнительной государственной поддержке развития современной культуры в отдаленных от столицы регионах. Области, которые следует развивать, могут включать доступные места, роль субсидий и планы развития местных и региональных культурных планов.
* British Council и другие международные агентства могли бы сотрудничать в оказании поддержки культурных проектов в регионах, включая проведение семинаров для хокимов областных городов и других лиц по разработке и управлению стратегиями города и региона в области искусства и культуры.

#### Финансирование

* Профессиональные отраслевые сообщества (см. выше) должны способствовать обмену советами и рекомендациями по разработке коммерческих/спонсорских моделей как для субсидируемых, так и для независимых мероприятий.
* Правительству следует пересмотреть налоговое бремя новых и растущих мероприятий и рассмотреть возможность его снижения или создания льгот для повышения жизнеспособности – и шансов на успех – особенно для небольших и новых фестивалей, находящихся на более ранних стадиях развития и стремящихся привлечь свою аудиторию.

#### Регулирование

* Следует разработать всеобъемлющее и легкодоступное руководство по процессу и критериям предоставления разрешения на проведение крупных мероприятий в живом исполнении и следовать им.

#### Навыки

* Правительство и отрасль должны разработать отраслевые программы для поддержки развития ключевых навыков, ориентированных на аудиторию, в креативных компаниях, участвующих в организации фестивалей и подобных мероприятий, в том числе:
* Маркетинг
* Продажа билетов
* CRM
* Развитие аудитории и аналитика
* Организация мероприятий, включая логистику, выставочный дизайн, безопасность, страхование
* Учреждениям высшего образования следует стремиться нанимать больше практиков/преподавателей, чтобы обучение профессиям в креативных индустриях было актуальными, передовыми и включали практические возможности для развития коммерческих и деловых навыков.

#### Школьная программа

* Следует рассмотреть вопрос о включении посещения театра, музыкальных и других живых представлений в программу обучения каждого школьника в начальной и средней школе.

# Ссылки

#### Ссылки на отчеты

Counterculture Partnership LLP & British Council (2022) Recommendations for the Development of the Creative Industries in Uzbekistan. Online at <https://www.britishcouncil.uz/sites/default/files/mapping-uzbekistan-creative-industries-english.pdf>

Department Of Internal Affairs, City of Tashkent (n.d.) Public and Events Protection. Online at <https://iibb.uz/en/menu/zhamoat-tartibini-salash-hizmati>

Uzbekistan Airways (2022) Inflight Magazine, Uzbekistan Airways (November Issue)

*Ссылки в приложение*

The National Centre of Legal Information (1996) Edict - On the Formation of the Touring and Concert Association “Uzbeknavo.” Online at <https://lex.uz/en/docs/175425>.

The National Centre of Legal Information (2019) Decree - Measures to Hold the International Festival of Folk Applied Arts. Online at <https://lex.uz/docs/5339494>.

The National Centre of Legal Information (2020) Edict - On Measures to Further Enhance the Role and Importance of Culture and Art in the Life of Society. Online at <https://lex.uz/en/docs/4829338>.

National Centre of Legal Information (2021) Decree - Measures to Further Improve the System of Support for Handicraft Activities. Online at <https://lex.uz/docs/5807576>.

The National Centre of Legal Information (2022a) Edict - On Creating Additional Conditions for Further Development of Tourism, Culture, Cultural Heritage, and Sports. Online at <https://lex.uz/en/docs/5825010>.

The National Centre of Legal Information (2022b) Decree - On Additional Measures for the Further Development of the Sphere of Culture and Art. Online at <https://lex.uz/en/docs/5849582>.

# Приложение

Краткое изложение последних законодательных мер, касающихся развития фестивалей творческих индустрий в Узбекистане.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Указ** | **Год** | **Описание** |
| О создании Гастрольно-концертного объединения «Узбекнаво»[[6]](#footnote-7) | 1996 | Творческо-производственное объединение под контролем государства, поддерживающее развитие музыкального и танцевального искусства, включая международные сети, координацию гастролей и контроль за финансированием. |
| Мероприятия по проведению Международного фестиваля народно-прикладного творчества[[7]](#footnote-8) | 2019 | Проведение первого **Международного фестиваля народно-прикладного искусства** под эгидой ЮНЕСКО в Коканде и поддержка развития сектора в стране, в том числе посредством образования и формирования национальной идентичности.Действия:* Раз в два года проводить фестиваль с конкретной научно-практической конференцией.
* Представить программу привлечения талантов с выставками и конкурсами в преддверии фестиваля.
* Продвигать бренд «Коканд – город ремесленников мира» и возможности для туризма

Поддержка межпоколенческой передачи знаний, образования и карьерных путей к мастерству. |
| О мерах по дальнейшему повышению роли и значения культуры и искусства в жизни общества[[8]](#footnote-9) | 2020 | Модернизировать культуру и искусство и обеспечить обучение, развитие талантов и улучшение образовательных ресурсов для молодежи, а также расширение культурных услуг и мероприятий, особенно в отдаленных районах.Действия:* Мониторинг **лицензирования мероприятий** через централизованный портал.
* проведение **массовых мероприятий** на основе утвержденного на год календаря.
* Запрет на **добровольное участие** творческих деятелей и исполнителей в государственных мероприятиях.
* **Субсидии на аренду** концертных программ в государственных зданиях.
* Меры по поддержке **защиты авторских прав** включают создание специализированной палаты.
 |
| Меры по дальнейшему совершенствованию системы поддержки ремесленнической деятельности[[9]](#footnote-10) | 2021 | Цели включают использование открытых возможностей в системе махаллей, содействие обмену знаниями между ремесленниками, выявление новых рынков сбыта, образование и трудоустройство молодежи в махаллях (в частности, через традицию «уста-шогирд»).Действие:Создать **торговые павильоны** для ремесленных изделий в Ташкенте, Нукусе и областных центрах, ориентируясь на международный экспорт и туристические маршруты (зарубежные и внутренние). |
| О создании дополнительных условий для дальнейшего развития сфер туризма, культуры, культурного наследия и спорта[[10]](#footnote-11) | 2022 | Ускорение развития инфраструктуры, эффективной эксплуатации объектов и создания благоприятных условий для населения на основе ранее принятого указа.[[11]](#footnote-12)Действия:* Гранты на поддержку предпринимательской деятельности молодежи, включая участие в **туристических выставках (внутренних) и международных** **ярмарках**.
 |
| Постановление о дополнительных мерах по дальнейшему развитию сферы культуры и искусства | 2022 | Устанавливает подробные ожидания и общий бюджетный вклад в отношении «массовых культурно-концертных и зрелищных мероприятий», которые будут проведены в 2022 году, и возлагает подробные обязанности на Министерство культуры и руководителей областных и городских органов власти по организации и продвижению мероприятий. |

1. Counterculture Partnership LLP & British Council (2022) <https://www.britishcouncil.uz/ru/programmes/arts/mapping-creative-industries-uzbekistan> [↑](#footnote-ref-2)
2. Узбекские авиалинии (2022) [↑](#footnote-ref-3)
3. По сслыке приводим статью об отмене мероприятий в Ташкенте, которая вышла уже после финализации основного текста отчета <https://hook.report/2023/06/prosto-slushay-makomi/> [↑](#footnote-ref-4)
4. Управление внутренних дел города Ташкента (без даты) [↑](#footnote-ref-5)
5. [Газета «Курсив», статья от 28 января 2023 г.](https://uz.kursiv.media/2023-01-28/srednyaya-zarplata-v-uzbekistane-podnyalas-pochti-do-4-mln-sumov/#:~:text=%D0%92%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%8B%20%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D1%83%D1%82,%D0%BC%D0%BB%D0%BD%20(%2B11%2C9%25).) [↑](#footnote-ref-6)
6. Национальный центр правовой информации (1996) [↑](#footnote-ref-7)
7. Национальный центр правовой информации (2019) [↑](#footnote-ref-8)
8. Национальный центр правовой информации (2020) [↑](#footnote-ref-9)
9. Национальный центр правовой информации (2021) [↑](#footnote-ref-10)
10. Национальный центр правовой информации (2022a) [↑](#footnote-ref-11)
11. Национальный центр правовой информации (2022b) [↑](#footnote-ref-12)