

«Креативная Центральная Азия»
Астанинский форум
Лидерство в креативной и культурной экономике

**CREATIVE
CENTRAL
ASIA**

—
**ASTANA
FORUM**

Отчет 2017

Британский Совет выражает благодарность д-ру Тому Флемингу, консультанту по креативной экономике из Великобритании, за его вклад в данный отчет.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	02
Обзор	06
Основы для развития	08
Темы для дальнейшего обсуждения	18
Приложение 1: Программа Астанинского форума	20
Приложение 2: Список участников	24

ВВЕДЕНИЕ

Первый Астанинский форум «Креативная Центральная Азия», состоявшийся в ноябре 2017 г., был примечательным и увлекательным событием по двум причинам.

Во-первых, благодаря 20 участникам из Великобритании форум стал одним из крупнейших собраний менеджеров культуры, специалистов в сфере образования, художников и креативных предпринимателей, которое когда-либо было организовано British Council на тему креативной экономики за рубежом. Я участвовал во многих подобных конференциях за последние десять лет, однако это мероприятие было одним из самых амбициозных и плодотворных. Здесь, как и ожидалось, активно обсуждались вопросы государственной политики в сфере культурных индустрий, и прошел ряд полезных дискуссий о «картировании». Кроме того, были продемонстрированы яркие примеры практического креативного предпринимательства, и состоялся обмен передовым культурным и коммерческим опытом в разных креативных жанрах и секторах.

Во-вторых, участники из принимающей страны — Казахстана, а также из Узбекистана и Кыргызстана излучали удивительное чувство оптимизма и энтузиазма. Мы видели яркую демонстрацию таланта и амбиций. Все дискуссии были конструктивными, и уровень энергии оставался почти таким же высоким к концу двухдневного форума, каким он был и в начале первого дня, что само по себе удивительно!

Важно, что на протяжении всего мероприятия сохранялось ощущение надежды и начала чего-то нового в Центральной Азии. Участвовать в этом было огромным удовольствием.

Я благодарен профессорам Энди Пратту и Джилл Миллер, моим коллегам по консультативному совету, а также Джону Ньюбигину и команде British Council в Алматы за их вклад и неиссякаемый энтузиазм, с которым они помогали в проведении этого поистине увлекательного мероприятия.

Д-р Мартин Смит

Председатель Форума «Креативная Центральная Азия»

Я чрезвычайно рад, что мы получили возможность провести в Астане первую международную конференцию Форума «Креативная Центральная Азия» и встретить её участников — лидеров культурной экономики из Великобритании, Казахстана, Узбекистана и Кыргызстана. Конференция ясно показала, что город придает большое значение международному сотрудничеству и роли креативной экономики в качестве движущей силы развития.

Астана стремительно развивается в течение последних двадцати лет, мы достигли большого прогресса, но наша работа еще далека от завершения. Опираясь на опыт «ЭКСПО», мы осознаем, какой вклад динамичные культурные и креативные индустрии могут внести не только в улучшение жизни города, но и в его экономику.

В этой связи Форум «Креативная Центральная Азия» был важным этапом на пути трансформации столицы в региональный хаб международного класса. Он дал нам возможность установить важные новые связи, обменяться опытом и запланировать будущую совместную работу. Астана открыта для бизнеса и может многое предложить. Я надеюсь, что наши зарубежные гости приедут снова, чтобы продолжить наше партнерство и оказать поддержку новой креативной экономике.

Асет Исекешев

Аким г. Астаны

«КРЕАТИВНАЯ ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ»

Отчет об Астанинском форуме

Видение

Форум «Креативная Центральная Азия» был организован, чтобы установить новый тип диалога о лидерстве между Великобританией и Центральной Азией с акцентом на креативной и культурной экономике. Цель диалога — построение влиятельной и вовлеченной лидерской сети посредством проведения серии международных ежегодных конференций и создания новых партнерств и совместной работы с Великобританией для развития «новых экономик» в регионе Центральной Азии.

В первом Форуме «Креативная Центральная Азия», проведенном British Council в Астане в ноябре 2017 года, приняли участие 100 лидеров из Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана и Великобритании, представляющих различные государственные органы, частный сектор и гражданское общество. Лидеры креативного сектора активно участвовали в дискуссиях, способствовавших построению новых отношений и планированию будущей совместной работы. Еще 100 тысяч человек наблюдали за конференцией в прямой трансляции и с использованием других цифровых технологий.

Зачем развивать культурную и креативную экономику?

Культурная и креативная экономика — одна из глобальных «историй успеха» за последние 20 лет. Эта «новая экономика» не только создает культурные и экономические ценности для обществ, которым она служит, но и сама по себе является примером удивительно жизнеспособной сферы глобальной экономики, которая продолжает расти, несмотря на мировой финансовый кризис 2008 года и последующие периоды подъемов и спадов. Она генерируется растущим спросом на оригинальные товары и услуги, в том числе развлекательные. Этот спрос исходит от растущего среднего класса по всему миру, который имеет свободные средства и заинтересован в повышении комфортности жизни. Другим важным фактором является распространение цифровых технологий, которые меняют формы создания контента, пути распространения и продажи продуктов креативной экономики.



«Культурная и креативная экономика на протяжении более десяти лет опережала в ежегодном росте сферу услуг более чем в два раза и промышленное производство более чем в четыре раза во многих странах ОЭСР и развивающихся странах».

Источник: Доклад ООН о креативной экономике 2013 г.

«В Великобритании — стране, где впервые был принят долгосрочный стратегический подход к политике, партнерству и инвестициям, — креативные индустрии ежегодно приносят экономике почти 10 млн фунтов стерлингов (14 млн долларов США). По оценке правительства, в год креативные индустрии приносят экономике более 84 млрд фунтов стерлингов (115 млрд долларов США). В Лондоне на долю креативных индустрий приходится более 16% всей занятости».

Источник: Министерство цифровых технологий, культуры, СМИ и спорта Великобритании

«Имея выручку в 2250 млрд долларов США, культурные и креативные индустрии создают 3% мирового ВВП и обеспечивают работой 29,5 млн человек (1% активного населения мира)».

Источник: Отчет Ernst & Young 2015 г: Культурные времена. Опубликовано CISAC и UNESCO.

Для многих культурная и креативная экономика — все еще новое понятие. Однако по мере того как она занимает свое место на стыке культуры, экономики и технологий, становятся очевидными ее реальная ценность и потенциал. Крупнейшие страны и города по всему миру разрабатывают собственные стратегии креативной экономики, которая рассматривается не только как конкурентоспособный сектор, способствующий экономическому росту, но также как уникальный фактор поддержки культурной идентичности и реализации социального капитала. Лидерам и разработчикам политики очень важно соблюсти и обеспечить этот баланс, так как неравенство и социальная эксклюзия все еще превалирует во многих обществах. При этом важно помнить, что социальный и обогащающий характер культуры с ее уникальными формами производства нельзя сводить только к экономическим мерам.

Страны Центральной Азии имеют очевидный потенциал для развития собственных культурных и креативных экономик с высокой ценностью. «Правильные» партнерства, новые динамичные сети и хабы и скрупулезное использование статистических данных и результатов исследований позволят креативным индустриям стать двигателями социально-экономических перемен. Уровень образования и навыков рабочей силы в регионе растет, также растут региональные и международные рынки. В условиях высокотехнологичного развития, формирующего повышенный спрос на продукты и креативные решения, креативные индустрии выходят на первый план.

Секторы, составляющие культурную и креативную экономику, как правило, характеризуются быстрыми темпами роста, жизнеспособностью и наличием высококвалифицированных кадров. Они основываются на креативных идеях и трансформируют людей, города и экономики. Выгоды такой трансформации часто ощущаются в связанных секторах, таких, как туризм, финансовые услуги и промышленное производство, помогая им в разностороннем развитии, инновациях и производительности. Таким образом, страны Центральной Азии могут получить очень многое от развития культурных и креативных экономик и вряд ли могут что-то потерять.



**Professor
Andrew
Pratt**
City University
London
#CCA2017

ОБЗОР

«Раскрытие потенциала креативной экономики подразумевает развитие общей креативности общества, укрепление идентичности местности, в которой она развивается, улучшение качества жизни, укрепление местного имиджа и престижа и расширение возможностей для планирования различных вариантов будущего».

Источник: Доклад ООН о креативной экономике 2013 г., стр.15.

Астанинский форум «Креативная Центральная Азия» предоставил лидерам из Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана и Великобритании платформу для обмена мнениями о том, что нужно для создания успешной культурной и креативной экономики. Преодолевая границы между странами и секторами, форум стал площадкой для развития нового диалога между лидерами, точкой пересечения интересов организаций гражданского общества, частного бизнеса и государственных органов. Разнообразие участников способствовало хорошей динамике дискуссий, создавшей атмосферу общности целей, стремлению совместно сформулировать вопросы будущего развития успешной культурной и креативной экономики.

Участникам форума была предложена насыщенная интерактивная программа, которая сопровождалась выступлениями спикеров и дискуссиями, на которых участники из Великобритании и Центральной Азии обменивались опытом. Программа была построена таким образом, чтобы помочь участникам выявить передовой международный опыт, иметь возможность поделиться своим опытом, улучшить понимание сложной структуры культурной и креативной экономики (и экосистемы, необходимой для

ее процветания) и оценить потенциал культурных продуктов и услуг, которые могут способствовать развитию на местном и национальном уровне.

Участники могли применить новые знания, приобретенные в ходе конференции, для согласования приоритетов будущего развития культурных и креативных экономик в Центральной Азии: роли городов, сообществ и местного правительства; данных и результатов исследований; благоприятной среды для инвестиций; законодательства и инфраструктуры для удовлетворения потребностей сектора в образовании и навыках и т.д.

Обзор сессий (блоков) конференции, срочных приоритетов и предлагаемых следующих шагов приведен в таблице «Основы для развития». В документе также есть раздел «Темы для дальнейшего обсуждения», эти темы были согласованы на конференции. Организаторы форума надеются, что раздел «Темы для дальнейшего обсуждения» поможет стратегическим партнерам и всем, кто заинтересован в развитии креативной экономики и рассматривает возможность инвестиций, поддержать политику и (или) усилить потенциал креативных и культурных экономик в Центральной Азии.

Ожидается, что партнеры и представители креативного сектора соберутся снова в ноябре 2018 года на второй форум «Креативная Центральная Азия» для обзора достигнутого прогресса, а партнеры в правительстве, частном секторе и гражданском обществе смогут продолжить расширенный диалог в своих странах и городах и возглавить мероприятия в поддержку форума «Креативная Центральная Азия».





ОСНОВЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ

1 Блоки	2 Приоритеты на ранней стадии	3 Потенциальные следующие шаги	4 Примеры с Астанинского форума
<h2 data-bbox="142 443 522 491">ВОЗМОЖНОСТИ</h2> <p data-bbox="142 569 655 625">Фокусирование на роли и значимости культурной и креативной экономики:</p> <ul data-bbox="142 657 676 856" style="list-style-type: none"> - как источника быстрого роста и высокой ценности; - как движущей силы инноваций и конкурентоспособности; - как фактора привлечения в определенные проекты способных кадров, посетителей и инвестиций. 	<p data-bbox="780 443 1347 531">Город, страна или регион должны сформулировать видение своего потенциала в культурной и креативной экономике:</p> <ul data-bbox="780 562 1347 1136" style="list-style-type: none"> - четко сформулировать, что делает ваш город или регион особенным и что культурная и креативная экономика может сделать для его развития; - разработать кампанию или программу поддержки сетей в секторе и продемонстрировать примеры уже существующей деятельности; возможна также привязка к организации городского пространства (place-making): фестивалям, специальным мероприятиям и туристическому «предложению» в более широком смысле; - рассматривать креативность как основу туристического «предложения» и поддерживать участие разных сообществ в туристической деятельности, чтобы они чувствовали себя вовлеченными в культурную и креативную деятельность, в экономику и развитие городского пространства. 	<p data-bbox="1623 443 2190 562">Создание рабочей группы для совместной разработки документа о потенциале культурной и креативной экономики для выбранных городов (по группе на город):</p> <ul data-bbox="1623 594 2190 772" style="list-style-type: none"> - дополнить документ исследованиями, предлагаемыми в Блоке 2; - использовать этот документ как пробный вариант будущих программ на национальном и региональном уровне. <p data-bbox="1623 804 2190 892">Пробная программа создания сетей креативного сектора и демонстрационные мероприятия (например, в рамках одного из существующих фестивалей):</p> <ul data-bbox="1623 924 2190 1066" style="list-style-type: none"> - сформировать сильное креативное сообщество; - запустить процесс выявления главных элементов, которые могут внести вклад в бренд культурной и креативной экономики города, страны или региона. <p data-bbox="1623 1098 2190 1213">Стратегический подход и координация действий по защите интересов креативного и культурного сектора и демонстрация удачных примеров при диалоге с государством:</p> <ul data-bbox="1623 1245 2190 1402" style="list-style-type: none"> - привлечь международных экспертов и активных участников процесса из Великобритании и других стран — экспертов, поддерживающих интересы и стратегии креативной экономики, к разработке государственных программ развития. <p data-bbox="1623 1434 2190 1486">Публикация материалов, демонстрирующих значимость и сильные стороны культурного и креативного сектора:</p> <ul data-bbox="1623 1518 2190 1696" style="list-style-type: none"> - расширить «присутствие» форума «Креативная Центральная Азия» в интернете с использованием социального медиа-контента и (или) коротких публикаций, демонстрирующих вклад креативной и культурной экономики в развитие и повышение благосостояния общества. 	<p data-bbox="2246 443 2813 531">Андреа Старк, директор Департамента по вопросам трудовой занятости, повышения квалификации и культуры, Ислингтон</p> <p data-bbox="2246 562 2674 594">С презентацией можно ознакомиться здесь</p> <p data-bbox="2246 625 2540 657">Ссылка на видео презентации</p> <p data-bbox="2246 678 2831 951">В своей презентации Андреа говорила о роли креативных хабов и о том, почему мы должны быть более амбициозными и радикальными в создании и реализации их концепций. Андреа возглавляла хаб High House Production Park (HNPP), расположенный в Тарроке, небольшом районе в округе Эссекс недалеко от Лондона. Основу местной экономики Таррока традиционно составляла промышленность и низкоквалифицированный труд в секторах строительства, розничной торговли, транспорта и логистики.</p> <p data-bbox="2246 982 2831 1329">В условиях экономики с преобладанием низкоквалифицированного труда и безработицей креативная инфраструктура должна стать амбициозной, открытой, инклюзивной и отвечать потребностям промышленного сектора и местного населения. HNPP был создан как международный центр поддержки высоких стандартов культурных и креативных индустрий в Тарроке, с акцентом на крупномасштабном культурном производстве (что позволило благодаря относительно низкой стоимости земли развивать такие виды деятельности, как строительство, для которых центр Лондона был непомерно дорогим).</p> <p data-bbox="2246 1350 2831 1476">HNPP все еще находится в процессе развития, планируется новая инфраструктура, и партнеры стремятся достичь «критической массы», которая будет отвечать местным потребностям и приобретет региональное значение.</p> <p data-bbox="2246 1497 2831 1717">Для достижения поставленных целей все партнеры хаба собирали данные о роли и влиянии HNPP, чтобы сформулировать убедительную историю, которая будет способствовать дальнейшей поддержке и инвестициям, а также соединять потребности местных органов с приоритетами развития региональной креативной экономики.</p> <p data-bbox="2246 1738 2831 1927">Андреа подчеркнула важность четкого видения — что вы хотите сделать и какие виды партнерств нужны для этого. Она говорила о важности менталитета «сделай сам» — у вас может не быть достаточного бюджета или ресурсов, но продемонстрируйте вашу решимость и амбиции, и партнеры оценят это и будут с вами работать.</p>

1 Блоки

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ

Фокусирование на исходных данных о положении культурной и креативной экономики в странах и городах Центральной Азии:

- фактические данные и понимание сильных и слабых сторон сектора;
- информация о возникающих хабах, сетях и кластерах;
- подходы к картированию и сбору фактических данных.

2 Приоритеты на ранней стадии

Создать убедительную базу фактических данных о роли и ценности культурной и креативной экономики в Центральной Азии:

- определить базовые данные о состоянии креативных индустрий, чтобы использовать их в качестве инструмента по продвижению и защите интересов, обоснованной политики и инвестиций;
- объединить партнеров для совместных действий в преддверии развития будущих программ и стратегий.

3 Потенциальные следующие шаги

Инициировать процесс картирования культурной и креативной экономики в Центральной Азии, начиная с пробного картирования креативных индустрий в Казахстане:

- выявить базовые данные с использованием стандартизированной методологии, соответствующей международной, т.е. использовать вторичные общедоступные данные переписи населения и занятости, а также консультации с основными заинтересованными сторонами из государственного и частного секторов и гражданского общества;
- экспериментальный проект может быть разработан с участием независимой сети местных ученых с использованием обучения в процессе деятельности и с поддержкой партнера из Великобритании;
- результаты картирования позволят провести начальную оценку текущего состояния сектора в Казахстане и могут быть использованы при формулировании рабочего документа Рабочей группой по креативной экономике (Блок 1), а также в качестве методического руководства по применению расширенного подхода к картированию для всего региона.

Создать более подробную картину выбранных составляющих креативной и культурной экономики региона в дополнение к базовым данным картирования:

- изучить практические примеры с использованием более наглядного и динамичного стиля картирования, чтобы создать «живую картину» креативной экономики, например, выявить цепочку добавленной стоимости в кинематографе, театре или музейном секторе.

Распространять знания и передовой опыт, делиться результатами картирования и другими исследованиями:

- задействовать участников сети, созданной на форуме, в качестве главной структуры для распространения информации; можно использовать формальные и неформальные механизмы, цифровые средства коммуникации и личное общение.

4 Примеры с Астанинского форума

Д-р Энди С. Пратт, профессор в области культурной экономики, директор Центра культурных и креативных индустрий, City University London

С презентацией Энди можно ознакомиться [здесь](#)

[Ссылка на видео презентации](#)

Энди рассказал о важности создания обоснованных данных и доказательств, на которых будут основываться дальнейшая политика продвижения и решения об инвестициях, а также для демонстрации значения и потенциала креативной экономики.

Глобальный оборот креативных продуктов увеличился более чем вдвое в 2002–2011 годы. Среднегодовой рост в этот период составлял 8,8%. Рост экспорта развивающихся стран был еще выше, в среднем 12,1% в год. Экспорт креативных продуктов и услуг достиг 227 млрд долларов США в 2011 году, что составляет 50% от глобальной цифры (Доклад о креативной экономике 2013 г).

Энди определил существование некоторых проблем в определениях — например, о проблеме разграничения понятий «культурные индустрии» и «креативная экономика». Он также описал трудности создания четкой классификации отраслей промышленности и профессий в секторах, которые быстро меняются, во многих случаях под влиянием цифровых технологий. Он рекомендовал использовать руководство UNESCO по культурным индустриям в качестве отправной точки для разработки специфических методик картирования местного сектора.

Хотя разработать четкую методологию картирования сектора сложно, Энди подчеркнул, что реализовать потенциал креативной экономики без данных не представляется возможным. В случаях, когда результаты измерялись, было ясно продемонстрировано, что креативная экономика быстро растет, устойчива и оказывает влияние на другие сектора экономики. Детальное картирование и анализ позволят партнерам, в т.ч. правительству, увидеть особый профиль сектора креативных индустрий. Процесс картирования также дает прекрасные возможности для создания партнерств в секторе и поддержки креативных предпринимателей и культурных организаций: картирование способствует общему пониманию будущих возможностей и формированию чувства ответственности за их реализацию.

1 Блоки

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ГОРОДА: КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА (PLACE-MAKING)

Фокусирование на отношениях между городами, их жителями и посетителями и культурной и креативной экономикой:

- роль хабов и кластеров в стимулировании экономического роста и обновления городов через креативную и культурную деятельность;
- роль особой креативной среды, которая придает городам уникальную идентичность и помогает трансформировать «предложение» культурного туризма.

2 Приоритеты на ранней стадии

Позиционирование культуры и креативности в центре деятельности по развитию городов:

- понять, что делает ваш город особенным и максимизировать это в качестве ресурса для развития отличительного и вовлекающего культурного и креативного сектора.

3 Потенциальные следующие шаги

Пробные мероприятия в поддержку деятелей культуры и креативных предпринимателей для развития их практики и активного оживления города:

- поддержать развитие фестивалей, где город является сценой или темой для творческой деятельности;
- сформировать сильную идентичность города, задействовав все многообразие его культурных проявлений и видов деятельности.

Интенсивное развитие креативного сектора за счет создания новых хабов, кластеров и сетей:

- стимулировать креативное использование пространств для создания общедоступной рабочей среды;
- отстаивать важность роли «креативного класса» как проводников перемен в городах;
- инвестировать в развитие потенциала менеджеров креативных хабов и кластеров.

Запустить пробную специально разработанную программу по культурному туризму:

- она может включать посещение главных объектов культуры, а также ознакомление с менее известными, но не менее интересными аспектами современной креативной и культурной сцены, например, новыми галереями, музыкальными пространствами, рор-уп магазинами, местными кафе и ресторанами, хакатонами.

4 Примеры с Астанинского форума

Джилл Миллер, Офицер Ордена Британской империи, директор по культурным услугам, Glasgow Life, Шотландия

С презентацией Джилл можно ознакомиться [здесь](#)

[Ссылка на видео презентации](#)

Джилл описала процесс культурного обновления и трансформации города Глазго за последние 20 лет: *«Мы хотели создать город, в который люди захотят возвращаться».*

Репутация Глазго как города культуры с процветающей креативной экономикой растет. Город всегда имел сильную культурную идентичность и предложение, но в 1970–1980 годы его ослабил социально-экономический кризис, вызванный спадом традиционной промышленности. Культура была призвана оживить город и помочь созданию новых возможностей для социально-экономического развития. Катализатором процесса стал выбор Глазго Европейской столицей культуры в 1990 году.

Джилл описала культурные активы города — в нем проживает 70% художников Шотландии. Она рассказала, как Глазго поместил культуру в центр своей стратегии и постоянно оценивает результаты культурных инвестиций для ее корректировки.

Глазго привлекает более двух миллионов туристов в год, которые оставляют здесь 482 млн фунтов стерлингов. Кроме того, ежегодно город проездом посещают 20 млн человек, оставляя примерно 1 млрд фунтов стерлингов.

Глазго также использует спортивные события как часть культурного предложения; культурный сектор занимает в них особое место, как, например, во время Игр Содружества 2014 года. Культура играет важную роль в организации городского пространства (place-making) и формировании общей атмосферы города.

Будущая стратегия Глазго заключается в использовании культуры в качестве главной движущей силы развития. Это включает акцент на кельтскую культуру, современное искусство, наследие, музеи и бренд Glasgow Mackintosh:

«Мы видим Глазго как город мирового класса, с процветающими устойчивыми сообществами, в которых каждый преуспевает и получает выгоды от успеха города».

1 Блоки

ИННОВАЦИИ
И ТРАНСФОРМАЦИЯ

Фокусирование на способах внедрения инноваций в культурную и креативную экономику и их влиянии на экономическое развитие и общество в целом:

- роль дизайнерских решений в том, как мы живем, работаем и внедряем инновации, объединяя традиционные ремесла с современным дизайном «умных городов», в которых дизайн и технологии преобразуют городскую жизнь;
- роль цифровых технологий в переходе от «интернета вещей» к дополненной реальности, виртуальной реальности и искусственному интеллекту;
- размышления о том, как «прикладная креативность» меняет способы развития экономической и социальной ценности; это включает сотрудничество между секторами с целью выработки новых направлений развития контента.

2 Приоритеты на ранней стадии

Развитие креативной практики как катализатора инноваций в экономике, в первую очередь дизайна и цифровых технологий:

- поощрять новый «креативный класс» к разработке новых подходов в междисциплинарной работе, которые могут трансформировать культурный опыт и будут иметь практическое применение в новых проектах.

3 Потенциальные следующие шаги

Объединение инициатив, которые создадут связи между технологическими хабами и программами и креативными и культурными предпринимателями:

- разработать новые экспериментальные проекты с использованием креативных пространств и хакатонов, которые соединят технологии и креативность для создания более креативного города;
- создать связи между предприятиями современного дизайна и технологий с предприятиями традиционных ремесел для изучения возможностей для инновации.

Запустить экспериментальный проект по наращиванию потенциала цифровых технологий и предпринимательства в музейном секторе:

- попробовать открыть музеи с использованием новых связей с пионерами цифровых технологий и креативной деятельности; помочь музеям стать актуальными, вовлеченными инновационными центрами культуры и обучения.

4 Примеры с Астанинского форума

Бин Итон, технический директор, Invisible Flock

[Ссылка на презентацию](#)

[Invisible Flock](#) — студия интерактивных искусств в Лидсе, создающая инновационные произведения искусства, в которых могут участвовать тысячи людей по всему миру. Invisible Flock — это мультиплатформенная практика, основанная на цифровых технологиях, которая стремится переопределить и разрушить традиционные представления и модели мировой практики искусства. Ее миссия — создать и развить актуальные современные практики с долгосрочным эффектом трансформации.

Понятия «цифровые технологии» и «культура» стали взаимозаменяемыми, и теперь невозможно рассматривать культуру (или Культуру) без цифровых технологий. В своей презентации Бин говорит о том, что настало время пересмотреть классификации, устанавливающие рамки цифровым технологиям и культуре, выйти за границы цифрового маркетинга и вещания и рассматривать возможности цифровых технологий как основной материал для искусства и культуры. Если с культурной точки зрения цифровые технологии присутствуют повсюду в современном мире (даже в Овальном кабинете), искусство тоже может присутствовать везде. Новые формы цифровой практики позволяют достичь большей близости с аудиторией, а также большей гибридности, вовлечения в искусство, науку, архитектуру, окружающую среду, дизайн и многое другое.

1 Блоки

ЛЮДИ

Фокусирование на главном ресурсе устойчивого развития процветающей культурной и креативной экономики:

- развитие навыков и способностей, необходимых для активной, предприимчивой и креативной рабочей силы;
- важность креативного образования и критического мышления на ранней стадии;
- необходимость технических, управленческих и предпринимательских навыков для достижения успеха;
- роль школ, университетов и предприятий в повышении квалификации и непрерывном профессиональном развитии;
- роль разработчиков политики в обеспечении инклюзивного подхода, чтобы культурная и креативная экономика не была только уделом избранных.

2 Приоритеты на ранней стадии

Признать и поддержать креативное и культурное образование как важный фактор долгосрочной конкурентоспособности и процветания гражданского общества:

- целевое наращивание потенциала креативного и культурного менеджмента и предпринимательства.

ОБСУЖДЕНИЯ ПО СЕКТОРАМ

Состоялись дополнительные обсуждения по секторам с акцентом на развитие потребностей и возможностей отдельных секторов креативной индустрии и интересы конкретных участников конференции. Состоялась сессия обсуждений навыков, требуемых для секторов моды, дизайна и аудиовизуальной продукции. Также обсуждалась роль наследия кино: высказывались мнения об идентичности и организации городского пространства (place-making), в частности, о возможности использования цифровых технологий для создания на основе старых фильмов новых историй с современным ощущением места. Также обсуждалась роль искусства в трансформации городов, открытии новых перспектив, о том, кто получает выгоды от регенерации городов, и как сотрудничество и взаимодействие могут способствовать созданию нового имиджа города.

3 Потенциальные следующие шаги

Провести серию круглых столов о роли и ценности креативного образования:

- провести обсуждения с представителями правительства, сферы образования и работодателей в качестве приглашенной аудитории;
- исследовать различные значения креативного образования в Центральной Азии и выработать общее понимание с акцентом на практических совместных мерах для решения этих вопросов.

Запустить серию экспериментальных мероприятий по креативному предпринимательству, например, совместно с Nesta (Национальный фонд в поддержку науки, технологии и искусства) из Великобритании:

- повышать предпринимательскую грамотность и наращивать потенциал представителей существующего сектора креативного предпринимательства;
- продвигать идею в университетах о подходах в обучении, ориентированных на нужды креативных индустрий.

Разработать пробную программу поддержки креативного и социального предпринимательства, например, серию консультаций и программ наставничества для молодежи:

- задействовать в качестве участников молодых людей из сравнительно маргинальных условий (в экономическом, культурном и географическом смысле), чтобы повлиять на их выбор карьеры посредством обучения и практики.

4 Примеры с Астанинского форума

Д-р Джеральд Лидстон, директор Института креативного и культурного предпринимательства Лондонского Университета Голдсмит

С презентацией Джеральда можно ознакомиться [здесь](#)

[Ссылка на видео презентации](#)

Джеральд подробно рассказал об обучении в Лондонском Университете Голдсмит и работе по развитию креативного предпринимательства.

В последнем Независимом обзоре креативных индустрий 2017 года был задан вопрос: «Как... креативные индустрии помогают в достижении нашего будущего благополучия за счет развития новых технологий, использования прав интеллектуальной собственности и создания резервов талантливых специалистов?»

В Голдсмит работа с креативными талантами ведется по следующим направлениям:

- развитие креативного контента;
- подготовка кадров, способных управлять политикой, стратегией и инфраструктурой (междисциплинарные мыслители и брокеры);
- подготовка кадров, способных возглавлять креативные и культурные организации;
- подготовка кадров, способных создавать новые креативные и культурные предприятия;
- подготовка «внутренних» предпринимателей в широком смысле, работающих в существующих организациях, но в креативной и предпринимательской манере.

Джеральд также говорил о необходимости давать детям креативное образование, поддерживать исследования и инновации, развивать и охранять права интеллектуальной собственности, поддерживать креативные кластеры и укреплять имидж Британии как одного из важнейших мировых креативных хабов.

При этом важно подчеркнуть, что инвестиции в креативные навыки и образование необязательно дают немедленный эффект. Но со временем произойдут огромные перемены в инновационном потенциале и конкурентоспособности экономики, а также в качестве и идентичности общества и городского пространства.

ТЕМЫ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО ОБСУЖДЕНИЯ

Города

В качестве реакции на групповые дискуссии о креативном видении городов, их роли в развитии креативной и культурной экономики в Центральной Азии и основных результатах за пять лет.

- Установление связей и связанность — сети и совместные усилия самого сектора плюс поддержка и лидерство правительства; физические сети и онлайн-платформы для культурной деятельности постоянных участников и привлечения посетителей.
- Привлечение инвестиций — успешные города с хорошими условиями жизни привлекают инвестиции, потому что люди хотят жить, работать и гостить в них.
- Ясная история с нуля — нарратив о городе должен быть аутентичным, например, уникальная культура кочевников — это легенда для Астаны; она дает возможность воссоздать и переосмыслить традиции через модную одежду, ювелирные изделия и т.д.
- Вовлечение сообщества — креативная тематика, принадлежащая местному сообществу, дает жителям возможность гордиться своим городом.
- Пробуждение креативности с использованием определенных пространств — озеленение пространства, общие пространства, пространства творцов (maker spaces), пространства для стартапов и т.д. Это позволит вовлечь молодежь и семью.

Доказательства

В качестве реакции на групповые обсуждения об основных блоках для построения эффективной креативной экономики, подстроенной под определенные нужды. К примеру, картирование для замера базовых данных о состоянии креативных индустрий, хабов и сетей, образования и навыков, и т.д.

- Картирование культурной и креативной экономики сначала в Казахстане — использование общедоступных данных для замера базового уровня; важность информации о занятости в секторе, особенно в таких городах, как Астана и Алматы; далее картирование в Узбекистане и Кыргызстане.
- Мобилизация академической сети — создание небольшой «рабочей группы» с участием ученых и учреждений из Великобритании и Центральной Азии для обмена методологией исследований и сбора данных и согласования совместных действий на местном уровне.
- Вовлечение бизнеса в решение вопросов креативной экономики, например, «большой четверки» — четырех крупнейших в мире компаний, предоставляющих аудиторские и консалтинговые услуги, используя их вклад в академическое и деловое развитие.
- Использование испытанных средств, таких, как инструменты NESTA (Национального фонда в поддержку науки, технологии и искусства), для повышения потенциала менеджмента и креативного предпринимательства. Такие инструменты могут быть использованы для «поверхностного» обучения участников сети «Креативной Центральной Азии» и поддержки движения.



Партнерство

В качестве реакции на групповые дискуссии об участвующих в развитии сектора видах партнерства, структурах инвестиций и управления.

- Начать с сети конференции «Креативная Центральная Азия», обновлять список контактов и включить фото участников. Также использовать сайт Британского совета с разделом о форуме или аналогичный механизм для обеспечения постоянной связи в группе.
- Возможности создания ассоциации арт-менеджеров в качестве главной структуры для распространения информации, знаний и передовой практики для начинающих в сфере креативной и культурной экономики. Особый интерес представляют спонсорство, фандрайзинг и коммерческие инвестиции в сектор.
- Использовать 20-летие Астаны для демонстрации динамики и ценности креативного сектора и его возможностей, например, разработать программу, сделать предложение городу. Важно установить доверительные отношения с государственными органами, особенно с местной администрацией.
- Нарращивать сеть — искать новые возможности вовлечения а) местного и международного бизнеса в регионе и б) школ и общественных организаций по месту жительства; это позволит повысить осведомленность об экономических и культурных ценностях, генерируемых сектором, для будущего партнерства и повышения занятости.
- Повторить форум с привлечением имеющихся участников сети и новых привлеченных участников; не забыть другие города региона.
- Курсы «дизайнерского мышления», возможно, Алматы, в партнерстве с соответствующим провайдером из частного сектора, могут быть также полезны некоторым участникам сети «Креативной Центральной Азии».



ПРИЛОЖЕНИЕ 1: ПРОГРАММА АСТАНИНСКОГО ФОРУМА

24 НОЯБРЯ

9.00	9.30	Регистрация участников в лобби гостиницы Wyndham Garden
10.00	12.00	БЛОК 1. ВОЗМОЖНОСТИ Под председательством доктора Мартина Смита, специального консультанта the Ingenious Group Репортеры блока: Лариса Пак, TEDx Almaty и Адиль Нурмаков Urban Forum Almaty
09.30	10.00	Приветственные слова от: Асета Исекешева, акима г. Астаны; Алмаза Нуразхана, директора департамента по делам культуры и искусства Министерства культуры и спорта Республики Казахстан; доктора Кэролин Браун, посла Великобритании в Казахстане; Джима Буттери, директора British Council в Казахстане
10.00	10.35	Сила креативности: экскурс в историю формирования креативной экономики Интервью доктора Мартина Смита с Джоном Ньюбигеном, Офицером Ордена Британской империи, председателем Creative England и представителем мэра Лондона по вопросам развития креативных индустрий
10.35	10.50	Почему это важно здесь и сейчас. История первого креативного хаба в Центральной Азии Лофт «Цех» Наргиза Кулатаева, партнер в бюро "I-Media", Бишкек
10.50	11.10	Креативность и организация городского пространства (place-making) для экономического развития: видение, партнерство и долгосрочные обязательства Андреа Старк, директор департамента по вопросам трудовой занятости, повышения квалификации и культуры, лондонский боро Ислингтон
11.10	11.25	Возможности для Казахстана — технологии и креативность Санжар Кетебеков, PhD, Almaty TechGarden
11.25	12.00	Панельная дискуссия под председательством Джилл Миллер, Офицера Ордена Британской империи, директора по культурным услугам Glasgow Life
12.00	12.30	Кофе-брейк и нетворкинг
12.30	14.00	БЛОК 2. ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПАРТНЕРСТВО Под председательством Беатрис Пембрук, директора департамента по креативной экономике British Council в Лондоне
12.30	12.45	Перспектива развития партнерских отношений в креативной экономике Доктор Мартин Смит, специальный консультант the Ingenious Group и гостевой лектор Goldsmiths College
12.45	13.05	Почему «картирование» (mapping) имеет значение: Как мы определяем, оцениваем креативную экономику, проводим картирование и сравнительный анализ (бенчмаркинг)? Энди Пратт, профессор в области культурной экономики City University London
13.05	13.45	Дискуссия в 4 группах по 2 направлениям:
13.05	13.45	Направление 1: Описание, оценка и картирование креативной экономики Фасилитаторы: Энди Пратт и Дана Шаяхмет, Университет Нархоз в Алматы Инициаторы дискуссии: Павел Коктышев, директор бизнес-инкубатора MOST, и профессор Джеральд Лидстон, Goldsmiths, University of London Репортеры: Наталья Ливинская, руководитель Центра урбанистики при Центре Развития города Алматы, и Галина Кетова, основатель и директор ОФ «GALA»

13.05	13.45	<p>Направление 2: Создание новых видов сотрудничества Фасилитаторы: Беатрис Пембрук, British Council, и Шынар Жанибекова, управляющий партнер общественного фонда Cultural Dialogue, Алматы Инициаторы дискуссии: Ирина Бхарат, директор по связям с общественностью Центра современного искусства «Ильхом», Ташкент, и Крис Хант, директор Re-Designed Scotland, Глазго Репортеры: Айдана Айтуарова, управляющий директор SmArt.Point в Алматы, и Саян Байгалиев, фонд «Саби», Алматы</p>
13.45	14.00	Доклады о результатах групповых дискуссий
14.00	15.00	Обед и нетворкинг
15.00	16.30	<p>БЛОК 3. ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ГОРОДА. КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ И ОРГАНИЗАЦИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА (PLACE-MAKING) Под председательством Андреа Старк, директора департамента по вопросам трудовой занятости, повышения квалификации и культуры, лондонский боро Ислингтон Репортеры: Асель Есжанова, Urban Forum Almaty, и Асхат Садуов, Центр Урбанистики, Астана</p>
15.00	15.10	<p>Конкурентоспособность через культуру: Астана как креативный город Андрей Хазбулатов, генеральный директор Казахского научно-исследовательского института культуры Министерства культуры и спорта Республики Казахстан</p>
15.10	15.25	<p>Переосмысление города: создание устойчивого и инклюзивного города для культуры и творчества Джилл Миллер, Офицер Ордена Британской империи, директор по культурным услугам Glasgow Life</p>
15.25	16.30	<p>Панельная дискуссия: 10-минутные презентации и сессия вопросов и ответов Гарет Джонс, владелец ICE Projects (Инновационный сектор предпринимательства) в компании Wales Ltd and Boma Camp Ltd, основатель и бывший директор коворкинг-хаба WelshICE Сьюзан Пикен, директор Cathedral Quarter Trust, Белфаст Мадина Хамраева, специалист по культурным проектам Информационного центра для туристов в Алматы Раушанна Саркеева, основатель общественного фонда «Городские инициативы», Бишкек</p>
16.30	17.00	Кофе-брейк и нетворкинг
17.00	18.00	<p>БЛОК 4. ИННОВАЦИИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ Новые темы в развитии культуры Вступительное слово Галины Корецкой, руководителя проектов в области искусства British Council в Казахстане</p>
17.00	18.00	<p>Проектирование будущего: Как меняется практика, и что нас ждет в будущем Фасилитатор: Джимми Макдональд, основатель и директор ярмарки дизайна TENT London Инициатор дискуссии: Айнура Кангужина, со-основатель концепт-магазина Experimentarium в Алматы Репортер: Настя Гончарова, куратор, творческий предприниматель, Алматы</p>
17.00	18.00	<p>Развитие цифровых технологий и взаимодействие технологии и культуры. Фасилитатор: Бен Итон, арт-студия Invisible Flock, Лидс Инициатор дискуссии: Хабибулло Набиев, директор филиала Media Company Primkulov Visuals, Ташкент Репортер: Рустем Бегенов, основатель Центра универсальных искусств ORTA, Алматы</p>
17.00	18.00	<p>Построение динамичного сектора культуры и искусств: партнерские отношения для создания креативных пространств Фасилитатор: Шарлотта Драйден, исполнительный директор музыкального центра Oh Yeah в Белфасте Инициатор дискуссии: Шахноза Каримбабаева, основатель и директор арт-галереи «Bonum Factum», Ташкент Репортер: Диана Ухина, со-основательница и директор культурной организации Лаборатория си в Бишкеке</p>

25 НОЯБРЯ

		БЛОК 5. ЛЮДИ Под председательством Джона Ньюбигина, председателя Creative England Репортеры: Ольга Султанова, основатель международного фестиваля исполнительских искусств «Откровение» в Алматы, и Айнура Аманалиева, со-учредитель ololo art studio и коворкинг-пространства ololohaus в Бишкеке
10.00	13.00	
10.00	10.10	Подведение итогов первого дня: Джим Буттери, директор British Council в Казахстане, и Галина Корецкая, руководитель проектов в области искусства British Council в Казахстане
10.10	10.30	Навыки креативного предпринимательства и внутреннего предпринимательства как ключевая компетенция Профессор Джеральд Лидстон, директор Института креативного и культурного предпринимательства, Goldsmiths, University of London
10.30	10.45	Презентация исследования British Council в Казахстане о квалификации специалистов в сфере культуры Настя Гончарова, исследователь, куратор, творческий предприниматель
10.45	11.30	Панельная дискуссия под председательством профессора Джеральда Лидстона: Настя Гончарова; Юлия Сорокина, старший преподаватель факультета арт-менеджмента и продюсирования Казахской национальной академии искусств имени Т.К. Жургенова в Алматы; Гульнара Баймахамбетова, заведующая кафедрой арт-менеджмента Казахской национальной консерватории им. Курмангазы в Алматы; Юэн Симпсон, декан бизнес-школы и Казахстанско-Британского центра конкурентоспособности при Казахско-Британском техническом университете, Алматы, Айдар Жакупов, генеральный директор Nazarbayev University Research and Innovation System в Астане
11.30	12.00	Кофе-брейк и нетворкинг
12.00	13.00	БЛОК 6. ОБСУЖДЕНИЕ ПО СЕКТОРАМ Вступительное слово Джима Буттери, директора British Council в Казахстане
12.00	13.00	Получение специальности и повышение квалификации в индустрии моды и дизайна: как выжить и преуспеть Фасилитатор: Хилари Александр, журналист в сфере моды Инициатор дискуссии: Умида Вахидова, начальник отдела Ташкентского института текстильной и легкой промышленности Репортер: Жанель Бертаева, основатель Mercedes-Benz Fashion Week в Казахстане
12.00	13.00	Аудиовизуальный сектор: потребности в ключевых навыках, дефицит специалистов и возможности Фасилитатор: Кейт О'Коннор, консультант и бывший директор Creative Skillset Инициатор дискуссии: Майра Измайлова, основатель фестивалей Astana Art Fest и Almaty Energy Репортер: Наргиза Кулатаева, партнер в бюро "I-Media", Бишкек
12.00	13.00	Кинематограф, культурное наследие, идентичность и организация городского пространства — цифровые инновации и культура "соучастия" Фасилитатор: Фил Фоксвуд, основатель и со-директор Scalarama/Cinema Nation Инициатор дискуссии: Андрей Мануйлов, PR-директор сети кинотеатров Chaplin Cinemas в Казахстане, со-основатель компании School Five Experience Репортер: Динара Рыскулбекова, аспирант Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилёва
12.00	13.00	Искусство в городе: объединение программ развития туризма, инноваций и образования Фасилитатор: Лора Силларс, арт-директор, Site Gallery, Шеффилд Инициатор дискуссии: Ольга Веселова, директор международного фестиваля современного искусства Artbat Fest Репортер: Куралай Ермаганбетова, старший преподаватель, Казахский национальный университет искусств, Астана

13.00	14.00	Обед и нетворкинг
14.00	16.00	<p>БЛОК 7. БУДУЩЕЕ: ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ ДЛЯ ГОРОДОВ КАЗАХСТАНА</p> <p>Параллельные дискуссии по совместной разработке программы развития креативной экономики для городов Казахстана</p> <p>Дискуссия 1: Концепция развития креативных городов, их роль в развитии креативной и культурной экономики в Центральной Азии и ключевые долгосрочные результаты, которые мы хотели бы видеть через 5 лет Под председательством Джилл Миллер, Офицера Ордена Британской империи, репортер Наталья Ливинская</p> <p>Дискуссия 2: Определение ключевых структурных элементов эффективной и адаптированной программы развития креативной экономики — например, картирование (исходная отметка), креативное образование и специальности, поддержка бизнеса, хабы и сети, связи с инновациями и технологиями, связи с культурным туризмом и организацией городского пространства. Под председательством Энди Пратта, репортер Дана Шаяхмет</p> <p>Дискуссия 3: Определение видов партнерских, инвестиционных и управленческих структур, которые могут способствовать развитию сектора Под председательством Джона Ньюбигина, Офицера Ордена Британской империи, репортер Айдана Айтуарова</p> <p>Дискуссия 4: Определение ключевых долгосрочных результатов в перспективе 5 лет для развития креативной экономики в городах Под председательством Беатрис Пембрук, репортер Айдана Мусина, стажер департамента проектов в области искусства British Council в Казахстане</p>
15.00	16.00	<p>Пленарная сессия и обсуждение будущих действий Под председательством доктора Мартина Смита</p>



ПРИЛОЖЕНИЕ 2: СПИСОК УЧАСТНИКОВ

№	ИМЯ	ФАМИЛИЯ	ОРГАНИЗАЦИЯ / ГОРОД / СТРАНА
СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕСТВО			
1	Андреа	Старк	Совет Ислингтона / Лондон, Великобритания
2	Профессор Эндрю	Пратт	Сити Университет / Лондон, Великобритания
3	Беатрис	Пембрук	Британский Совет / Лондон, Великобритания
4	Бен	Итон	Интерактивная арт-студия Invisible Flock / Лидс, Великобритания
5	Кэйт	О'Коннор	Кэйт О'Коннор Консалтинг / Лондон, Великобритания
6	Шарлотт	Драйден	Центр музыки Oh Yeah / Белфаст, Великобритания
7	Крис	Хант	Re-Designed Шотландия / Глазго, Великобритания
8	Гарет	Джоунс	Проект ICE в Уэльсе & Voma Camp Ltd / Уэльс, Великобритания
9	Профессор Джеральд	Лидстон	Голдсмит, Университет Лондона / Лондон, Великобритания
10	Джимми	Макдональд	TENT Лондон & Выставка дизайна в Лондоне/ Лондон, Великобритания
11	Хилари	Александр (Орден Британской Империи)	Фэшн журналист / Лондон, Великобритания
12	Джон	Ньюбигин (Орден Британской Империи)	Creative England / Лондон, Великобритания
13	Лаура	Силларс	Галерея Site / Шеффилд, Великобритания
14	Доктор Мартин	Смит	The Ingenious Group & Голдсмит колледж, Университет Лондона / Лондон, Великобритания
15	Фил	Фоксвуд	Film & Scalarama Британия, Cinema Nation / Лондон, Великобритания
16	Сьюзан	Пикен	Фонд Cathedral Quarter / Белфаст, Великобритания
17	Джилл	Миллер (Орден Британской Империи)	Cultural Services, Glasgow Life / Глазго, Великобритания
18	Дэйв	Рэтклифф	Департамент международной торговли (DIT), Посольство Великобритании в Казахстане / Астана, Казахстан
19	Доктор Питер	Райд	Университет Вестминстера / Лондон, Великобритания
КАЗАХСТАН			
1	Настя	Гончарова	Куратор и креативный предприниматель / Алматы, Казахстан
2	Павел	Коктышев	Бизнес-инкубатор MOST / Алматы, Казахстан
3	Надежда	Селуанская	Школа юного журналиста / Костанай, Казахстан
4	Айнур	Кангужина	Концептуальный магазин "Экспериментариум" / Алматы, Казахстан

№	ИМЯ	ФАМИЛИЯ	ОРГАНИЗАЦИЯ / ГОРОД / СТРАНА
5	Дана	Шаяхмет	Инициатива "City Solutions" и университет Нархоз / Алматы, Казахстан
6	Фатима	Джумагулова	Государственный ансамбль классической музыки "Camerata Kazakhstan" / Алматы, Казахстан
7	Ольга	Султанова	Международный фестиваль исполнительских искусств "Откровение" / Алматы, Казахстан
8	Айдана	Айтуарова	SmArt.Point / Алматы, Казахстан
9	Рустан	Бегенов	Центр универсальных искусств "Орта" / Алматы, Казахстан
10	Андрей	Мануйлов	Сеть кинотеатров "Chaplin" и школа "Five Experience" / Алматы, Казахстан
11	Ольга	Веселова	Еразийский культурный альянс и Artbat Fest / Алматы, Казахстан
12	Гульнара	Баймахамбетова	Казахская национальная консерватория имени Курмангазы / Алматы, Казахстан
13	Юлия	Сорокина	Доктор наук и независимый куратор / Алматы, Казахстан
14	Бибигуль	Шагиева	Восточно-казахстанская областная библиотека имени Пушкина / Усть-Каменогорск, Казахстан
15	Анжелика	Акилбекова	Государственный музей искусств имени Кастеева / Алматы, Казахстан
16	Шынар	Жанибекова	Общественный фонд "Cultural Dialogue" / Алматы, Казахстан
17	Жанель	Бертаева	Mercedes-Benz Fashion Week / Алматы, Казахстан
18	Майра	Измайлова	Ивент агентство "FUNK" / Алматы, Казахстан
19	Екатерина	Горшкова	Фонд поддержки ЕвроАзиатского пространства в области искусства / Павлодар, Казахстан
20	Асель	Есжанова	Urban Forum Almaty / Алматы, Казахстан
21	Бибигуль	Макажанова	Центр по развитию инноваций и внедрения науки при университете Назарбаева (NURIS) / Караганда, Казахстан
22	Абдужалил	Абдурасулов	БиБиСи в Центральной Азии / Алматы, Казахстан
23	Санжар	Кеттебеков	Алматы TechGarden / Алматы, Казахстан
24	Саян	Байгалиев	Оргкомитет конкурса «Построй свой бизнес» / Алматы, Казахстан
25	Наталья	Ливинская	Центр урбанистики города Алматы / Алматы, Казахстан
26	Тимур	Нусимбеков	Пространство SIGS / Алматы, Казахстан
27	Профессор Ольга	Батурина	Казахская национальная академия искусств имени Жургенова / Алматы, Казахстан
28	Зауре	Турсунова	Интернет портал "The Steppe" / Алматы, Казахстан

№	ИМЯ	ФАМИЛИЯ	ОРГАНИЗАЦИЯ / ГОРОД / СТРАНА
29	Эван	Симпсон	Казахстанско-Британский технический университет (КБТУ) / Алматы, Казахстан
30	Мадина	Хамраева	Центр "Visit Almaty" / Алматы, Казахстан
31	Лариса	Пак	TEDEX Алматы / Алматы, Казахстан
32	Жанна	Тулегенова	АО "Центр развития города Алматы" / Алматы, Казахстан
33	Владимир	Кравченко	Международная музыкальная конференция "Colisium" / Алматы, Казахстан
34	Диас	Мурзабеков	Almaty Print Club и Almaty Design School / Алматы, Казахстан
35	Ильяс	Ахмет	Деловая программа "Eurasia Spotlight" на МКФ "Евразия" и школа "Five Experience" / Алматы, Казахстан
36	Саясат	Нурбек	Astana International Financial Centre / Астана, Казахстан
37	Динара	Рыскулбекова	Евразийский национальный университет имени Гумилева / Астана, Казахстан
38	Лима	Диас	Фонд развития социальных проектов "Samruk-Kazyna Trust" / Астана, Казахстан
39	Шолпан	Мукашева	Международный финансовый центр "Астана" / Астана, Казахстан
40	Диана	Казбекова	Казахский научно-исследовательский институт культуры Министерства культуры и спорта Республики Казахстан / Астана, Казахстан
41	Адиль	Нурмаков	Urban Forum Almaty / Астана, Казахстан
42	Елена	Шевченко	Департамент аналитики и планирования, АО "Фонд науки" / Астана, Казахстан
43	Сулушаш	Магзиева	Marker Agency Ltd (UK) / Астана, Казахстан
44	Куралай	Ермаганбетова	Евразийский национальный университет имени Гумилева / Астана, Казахстан
45	Асхат	Садуов	Центр урбанистики города Астаны / Астана, Казахстан
46	Ергали	Егемберды	ГУ "Управление экономики и бюджетного планирования города Астаны" / Астана, Казахстан
47	Алмаз	Нуразхан	Департамент по делам культуры и искусства, Министерство культуры и спорта Республики Казахстан / Астана, Казахстан
48	Жулдыз	Сейсенбекова	Группа по вопросам развития культурного и креативного секторов по заказу Управления по инвестициям и развитию города Астаны и "Friends Media Group" / Астана, Казахстан
49	Айдар	Жакупов	Центр по развитию инноваций и внедрения науки при университете Назарбаева (NURIS) / Астана, Казахстан
50	Бибигуль	Макажанова	Центр по развитию инноваций и внедрения науки при университете Назарбаева (NURIS) / Астана, Казахстан
51	Анастасия	Полещук	Центр по развитию инноваций и внедрения науки при университете Назарбаева (NURIS) / Астана, Казахстан

№	ИМЯ	ФАМИЛИЯ	ОРГАНИЗАЦИЯ / ГОРОД / СТРАНА
УЗБЕКИСТАН			
1	Ирина	Бхарат	Центр современного искусства "Ильхом" / Ташкент, Узбекистан
2	Умида	Вахидова	Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности / Ташкент, Узбекистан
3	Темур	Камалов	Фонд развития культуры и искусства при Министерстве культуры Республики Узбекистан / Ташкент, Узбекистан
4	Ровшан	Салиев	Фонд развития культуры и искусства при Министерстве культуры Республики Узбекистан / Ташкент, Узбекистан
5	Хабибулло	Набиев	Медиа компания "Primkulov Visuals" / Ташкент, Узбекистан
6	Шахноза	Каримбабаева	Арт-галерея "Bonum Factum" / Ташкент, Узбекистан
КЫРГЫЗСТАН			
1	Кенешбек	Алмакучуков	Общественный фонд "Центральная Азия - Арт менеджмент" / Бишкек, Кыргызстан
2	Айнур	Аманалиева	Арт-студия "Ololo" / Бишкек, Кыргызстан
3	Эльмира	Арапова	Академия государственного управления при Президенте Кыргызской Республики / Бишкек, Кыргызстан
4	Олег	Бондаренко	Ассоциация издателей и книгораспространителей / Бишкек, Кыргызстан
5	Наргиз	Чыналиева	Студия "Чынали" / Бишкек, Кыргызстан
6	Нелли	Джаманбаева	Фонд наращивания потенциала / Бишкек, Кыргызстан
7	Галина	Кетова	Общественный фонд "Gala" / Бишкек, Кыргызстан
8	Наргиза	Кулатаева	Бюро "I-Media" / Бишкек, Кыргызстан
9	Александр	Кулинский	Директор государственного национального русского театра драмы имени Айтматова / Бишкек, Кыргызстан
10	Раушанна	Саркеева	Общественный фонд "Городские инициативы" / Бишкек, Кыргызстан
11	Гулайым	Шамшидинова	Институт политики развития / Бишкек, Кыргызстан
12	Диана	Ухина	Культурная организация "Лаборатория Си" / Бишкек, Кыргызстан
13	Виктория	Юртаева	Общественный фонд "Prima" / Бишкек, Кыргызстан
БРИТАНСКИЙ СОВЕТ			
1	Джим	Буттери	Британский Совет
2	Марк	Кросси	Британский Совет
3	Роуэн	Кеннеди	Британский Совет
4	Галина	Корецкая	Британский Совет

#CCAstana

©British Council 2018

Британский Совет является международной организацией Соединенного Королевства по культурным связям и образовательным возможностям.