

КИНО КАК ВЕДУЩАЯ КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ КАЗАХСТАНА

Гульнара Абикеева¹

¹ Алматы Менеджмент Университет
(Алматы, Казахстан)

Аннотация. Казахстанский кинематограф начал формироваться как культурная индустрия с того момента, когда был возрожден кинопрокат в 2005 году и начали сниматься фильмы не только для фестивалей, а прежде всего для зрителей. Это такие фильмы, как «Рэкетиры» (2007), «Коктейль для звезды» и «Сказ о розовом зайце» (2010). Но по-настоящему кино становится бизнесом в тот момент, когда возникает класс продюсеров, которые готовы вкладывать свои деньги, чтобы заработать еще большие. В своем большинстве эти продюсеры – Баян Алагузова, Нурлан Коянбаев, Аскар Узабаев, Аскар Бисембин, Нуртас Адамабай, Куралай Анарбекова и другие – пришли в кино из шоу-бизнеса и за последнее десятилетие, начиная с 2010 года по сегодняшний день, сформировали важный класс креативной экономики Казахстана – кинобизнес. Если в 2000-е годы доля казахстанского кино в прокате составляла всего от 1 до 3%, то на 2019 год, до начала пандемии, бокс-офис отечественных фильмов составил 30% от проката всех картин, что принципиально повлияло на место нашего кино в прокате и сподвигло сети кинопроката также заняться производством фильмов, как это происходило, скажем, в Южной Корее в 1990-х – начале 2000-х годов.

Цель данной статьи – показать, как происходил процесс становления кинобизнеса в Казахстане. Были использованы методы анализа статистических данных, а именно кассовых сборов, а также метод киноведческого и сравнительного анализов в описании того, как строилась вся система кинопроизводства и проката в Казахстане, взаимодействие и конкуренция частных и государственной киностудии, формирование нового класса продюсеров. Новизна этой работы заключается в том, что мало кто рассматривает казахстанский кинематограф как креативную индустрию, поскольку у нас отсутствуют официальные цифры по кассовым сборам кинофильмов и сложно определить роль кино в этом четвертом секторе экономики.

Ключевые слова: кино, прокат, кассовые сборы, бюджет фильма, продюсер, креативная индустрия.

Для цитирования: Абикеева, Гульнара. «Кино как ведущая креативная индустрия Казахстана». *Central Asian Journal of Art Studies*, т. 7, № 1, 2022, с. 54–66. DOI 10.47940/cajas.v7i1.545.

Введение

Традиционно к креативным индустриям относятся те сферы культуры, которые хорошо зарабатывают на продаже товаров своей деятельности или услуг:

- кино, телевидение и видеопродукция;
- шоу-бизнес, концерты, развлекательные мероприятия;
- музыкальные диски;
- книги и книжная продукция;
- товары ремесленного творчества, сувениры.

Сфера продаж книг у нас во многом построена на экспорте книг из России. Казахстан производит единицы своих собственных книг, поэтому у нас практически нет издательств. В основном книги производятся путем самиздата — то есть если какой-то автор решает издать свою книгу, то он ищет не издательство, а типографию и печатает ее сам, а потом размещает в книжных сетях. В стране единицы авторов, которые зарабатывают на издании книг, поэтому эта отрасль креативной индустрии у нас не является прибыльной, за исключением издания учебников и книг по госзаказу, которые в основном ориентированы на переиздание классической литературы на казахском языке.

С музыкальными дисками у нас примерно такая же история, как и с книгами. Казахские музыканты записывают диски, но их диски плохо продаются. Происходит это из-за высокой степени пиратства в музыкальной сфере, с одной стороны, и распространения музыкального контента через Интернет.

Однако сфера концертов, эстрадных концертов достаточно успешна, и мы относим ее к шоу-бизнесу. Шоу-бизнес, в свою очередь, делится на две части: официальный — это эстрадные концерты, театрализованные представления, выступления актеров КВН и т. д., и неофициальный — так называемый

«той-бизнес»: проведение корпоративных вечеринок, свадеб, юбилеев и т. д. Понятно, что второй тип шоу-бизнеса находится в теневой части экономики и регистрируется в основном через деятельность рекламных и event-агентств.

Кино, безусловно, является более открытой сферой креативной индустрии как по доходам, так и по бюджетам. Ниже в статье мы приводим некоторые данные по кассовым сборам и бюджетам кинокартин, которые смогли найти в открытом доступе.

Одним из очевидных показателей лидерства кино в креативных индустриях Казахстана является то, что кинопродюсеры являются одними из наиболее состоятельных людей в стране среди звезд шоу-бизнеса и спорта. В рейтинге Forbes Казахстан, опубликованном в марте 2020 года, были названы 25 казахстанских звезд шоу-бизнеса и спорта (Трубачева 1), из которых 10 человек относятся непосредственно к кинематографу. В основном это продюсеры кино. В числе лидеров — 2 место в рейтинге (официальный доход за год 383 млн тенге) — Баян Алагузова, продюсер таких первых коммерчески успешных картин, как «Коктейль для звезды», «Осторожно, корова!», «Станция любви». На 7 месте — Акан Сатаев (1,6 млрд) — режиссер «Томирис», продюсер «Каникулы оффлайн». На 10 месте — Нурлан Коянбаев — лидер проката, он первый из казахстанских продюсеров заработал 1,1 млрд тенге на прокате фильма «Бизнес по-казахски в Корею». Среди остальных 15 звезд креативной индустрии музыкантов — 9 человек, вайнеров и блогеров — 4, представителей спорта — 2 человека. Причем, если доходы музыкантов исчисляются в двузначной цифре, скажем, Кайрат Нуртас — 10,4 млн тенге, Беркут и Айша — 13 млн тенге, то у кинопродюсеров это, как правило,

трехзначная цифра. Доход не всегда является определяющим в месте в рейтинге, важны популярность, упоминаемость в СМИ, число подписчиков в «Инстаграме» и т. д. К примеру, Баян Алагузова стоит в рейтинге на втором месте, притом что картина «Станция судьбы» заработала всего 71 млн тенге, но ее медийная популярность выше, чем у кого-либо.

Однако такая ситуация сложилась буквально за последние десять лет. Раньше казахстанское кино недостаточно зарабатывало в прокате, и доля присутствия казахстанских фильмов была очень низка. Например, на 2010 год она составляла всего 3 % (Абикеева 24).

С появлением кинопродюсеров нового поколения, таких как Нурлан Коянбаев, Асель Садвакасова, Нуртас Адамбай, Куралай Анарбекова, Аскар Узабаев, сфера кинематографа становится успешным кинобизнесом. В результате этого кино становится привлекательной сферой для зарабатывания денег, идет быстрый рост производства коммерческих фильмов, достигая цифры 50 игровых полнометражных картин в год.

Методы исследования

В статье использованы методы анализа статистических данных, а именно кассовых сборов, а также метод киноведческого и сравнительного анализов в описании того, как строилась вся система кинопроизводства и проката в Казахстане.

Теоретико-методологической базой исследования послужили труды теоретиков по «культурной индустрии». Первым эту проблему на теоретическом уровне поставил Вальтер Беньямин в своей программной статье «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (Беньямин). Также на философском уровне размышляли о путях развития культуры в сторону современных

культурных индустрий Ж. Деррида, Ф. Джеймисон, Г. Маркузе и другие (Деррида, Джеймисон, Маркузе). Классической работой по этой теме является книга Дж. Хокинса «Креативная экономика» (Хокинс).

Основной информационной и статистической базой для данной статьи послужило исследование Невафильм Research «Кинорынок Казахстана: 2018–2019» (Леонтьева, и др.), а также многолетняя фиксация данных по казахскому кино автора статьи.

Результаты

Возрождение казахстанского кинопроката началось с 2005 года, появились независимые прокатные компании: «Кинопремьер», к которой отошли из «Отая Синема» пакеты «Universal» и «Paramount», а также «20th century Fox»; «Синема партнерс», ставшая наследником кинотеатра «Арман» и получившая фильмы «Warner Bros.»; «Каскад Средняя Азия». За пределами Алматы появилось более 15 современных кинотеатров. Новые успешные проекты – кинотеатры «Целинный» и «Silk Way City» в Алматы, «Синема Сити» – в Астане. В 2006 году появились первые кинотеатры российской компании – «StarCinema».

Первой казахстанской лентой, которая вышла в отечественный прокат, был фильм «Кочевник», который создавался как госзаказ. Это было в 2005 году в рамках кинофестиваля «Евразия». Государство ставило задачу перед кинематографистами создать такой кинопроект, который, во-первых, рассказал, что у Казахстана есть не только советская история. Во-вторых, этот фильм должен был показать миру, что здесь есть хорошие мощности и возможности создавать кино. И, в-третьих, необходимо было вернуть казахстанские фильмы в прокат. Все три задачи были выполнены. В контексте

нашей статьи важна третья задача. Пятнадцать лет в стране не работали кинотеатры, целое поколение смотрело кино только в видеосалонах. И вот когда начали появляться заново оборудованные кинотеатры, одним из первых был показан «Кочевник».

Однако настоящий прокатный успех был у картины «Рэкетир» Акана Сатаева. Он был обеспечен тем, что в нем рассказывалась реальная история девяностых годов. Зрителям было интересно смотреть про свою недавно прожитую жизнь. В плане же раскрутки фильма для проката важно было, что у Акана Сатаева за спиной был опыт работы в рекламе, поэтому он подошел к рекламе фильма как к рекламе продукта. В каждом трамвае, автобусе и троллейбусе Алматы в те годы были размещены маленькие постеры фильма «Рэкетир». При бюджете в 800 тысяч тенге фильм заработал 1 млн 200 тысяч тенге и стал прорывным, доказав, что казахстанское кино может быть прибыльным.

В 2010 году было создано десять полнометражных игровых картин, из которых четыре были произведены на киностудии «Казахфильм»: «Рывок», «Кто вы, господин Ка?», «Ирония любви», «Сказ о розовом зайце». И шесть — на частных студиях: «Гашык журек, или Коктейль для звезды», «Рай для мамы», «999», «Трубадур», «25 тенге», «Цуцванг». Из десяти фильмов восемь вышли в прокат. В тот год «Казахфильм» активно занимался продвижением своих картин в прокат, поэтому хорошие показатели были у фильмов «Ирония любви», «Сказ о розовом зайце» и «Рывок». Но ни одна из этих картин не могла сравниться с финансовым успехом картины частной студии «Гашык журек, или Коктейль для звезды» — 147,2 млн тенге при бюджете картины в 52 млн тенге. За Баян Алагузовой надолго закрепилась слава успешного продюсера.

Начиная с 2010 года, можно сказать, началась история казахстанского кино как креативной индустрии, то есть кино начало существовать как бизнес.

Это произошло тоже не сразу. Долгие годы кино производилось на киностудии «Казахфильм», поэтому режиссеры годами ждали своей очереди для постановки фильма. Три фактора изменили подход к кино. Во-первых, приход цифровых камер удешевил и упростил кинопроизводство. Во-вторых, так совпало, что с 2011 года на «Казахфильме» начали запускать преимущественно заказные картины. Первой из шести лент о жизни Первого Президента Казахстана стала «Небо моего детства». Потом были созданы заказные исторические картины «Казахское ханство», «Томирис» и другие. Стало понятно, что можно долго ждать и не дожидаться финансирования своего фильма. Поэтому молодежь начала работать в частном кинопроизводстве, пусть даже за небольшие бюджеты. Третий фактор (и он самый главный) — в кино пришли продюсеры из шоу-бизнеса, в основном из КВН. Именно они хотели не просто снять кино и прославиться, но и заработать на этом. Посмотрим, какие фильмы имели наиболее успешные бокс-офисы в 2010-е годы (см. таблицу 1).

Таблица 1. Кассовые сборы наиболее успешных в прокате казахстанских фильмов

Год	Фильм	Сборы в млн тенге	Сборы в млн USD
2010	Сказ о розовом зайце	80	0,5
2010	Гашык журек, или Коктейль для звезды	147	1
2012	Жаужурек мын бала	300	2
2014	Келинка Сабина	550	3
2016	Келинка Сабина 2	370	1
2018	Брат или брак	455	1,2
2020	Бизнес по-казахски в Корее	1,100	2,5

Комментарии к таблице:

2010 год

«Сказ о розовом зайце»,
«Казахфильм», режиссер Ф. Шарипов.

Жанр: криминально-социальная драма. Вышел в прокат после того, как был налажен прокат фильмов производства киностудии «Казахфильм». Это был максимально успешный фильм «Казахфильма», который собрал кассовые сборы в 80 миллионов тенге при курсе 147 тенге к 1 доллару США, что составило 544 218 долларов США.

«Гашык журек, или Коктейль для звезды», частная киностудия, режиссер А. Узабаев, продюсер Б. Алагузова. Жанр: мелодрама, музыкальный фильм. 147 млн тенге при курсе 1:147 – 1 миллион долларов США.

2012 год

«Жаужурек мын бала», «Казахфильм», режиссер А. Сатаев. Жанр: историческая драма. Вышел в прокат после большой рекламной кампании, когда о нем говорили на уровне написания сценария, проведения кастинга, отбора мест для съемок и пост-продакшена. Сборы составили в 2012 году 300 миллионов тенге при курсе 1:149,4 – 2 млн долларов США, бюджет – 12 млн долларов США.

2014 год

«Келинка Сабина», частная киностудия, режиссер Н. Адамбай. Жанр: комедия. Вышел в прокат после пятилетнего показа телесериала про Сабину, где главную роль исполнял Нуртас Адамбай – актер, режиссер, сценарист и продюсер фильма «Келинка Сабина». Рекордный на тот момент бокс-офис составил 550 миллионов тенге при 1:182 тенге – 3 млн долларов США, что побило рекорд кассовых сборов фильма «Аватар» Джеймса Кэмерона в Казахстане.

2016 год

«Келинка Сабина 2», частная киностудия, режиссер и продюсер

Н. Адамбай. Жанр: комедия.

Официальные источники кассовых сборов указывают на то, что фильм собрал 131 миллион тенге, но по данным самого режиссера, у кого были контролеры в кинотеатрах и отчеты от самих кинотеатров, составляет 370 миллионов тенге при курсе 1:339 тенге – 1 091 445 долларов США.

2018 год

«Брат или брак», частная киностудия, режиссер Е. Нурғалиев, продюсер К. Анарбекова. Жанр: комедия. Кассовые сборы – 454,5 млн тенге при курсе 1:363 – составили 1 250 688 долларов США.

2020 год

«Бизнес по-казахски в Корее», частная киностудия, режиссер А. Ниязбеков, продюсер Н. Коянбаев. Жанр: комедия, семейный фильм. Вышел в прокат после трех частей сиквела «Бизнес по-казахски», «Бизнес по-казахски в Америке», «Бизнес по-казахски в Африке», собрал с декабря 2019 по февраль 2020 года 1,1 млрд тенге, что составляет при курсе 1:424 – 2 594 349 долларов США.

По этой таблице видно, что абсолютным рекордсменом стал фильм Нуртаса Адамбая «Келинка Сабина», собравший 3 млн долларов США. Самым успешным продюсером франшизы можно назвать Нурлана Коянбаева. Он планомерно снимал свои «Бизнесы по-казахски», меняя локации – Америка, Африка, Корея, Турция – и выводя их в прокат в самое хорошо зарабатываемое время – до и после Нового года.

Тем не менее в рейтинге Forbes самым успешным продюсером считается Баян Алагузова, так как в этом рейтинге учитываются не только финансовый успех, но также упоминаемость в СМИ, популярность, охват проектов. Так, Баян Алагузова снимает не только кино, но и популярные телесериалы.

В последние месяцы ее рейтинг опять поднялся благодаря победе на Берлинале картины «Бахыт», где она выступила продюсером на этот раз уже социально значимой картины.

Если вернуться к статистике, то в 2019 году, самом успешном в Казахстане до начала пандемии, было произведено 48 полнометражных игровых фильмов, 44 из которых, по данным портала Kino.kz, вышли в прокат.

Кассовые сборы в 2019 году по всем фильмам, прошедшим в казахстанском прокате, составили порядка 19 млрд тенге (по данным ГЦПНК). Из 19 млрд кинотеатральных сборов 6 млрд тенге заработали казахстанские картины, что составляет примерно 30%.

С этого момента кинотеатральные сети Казахстана проявили реальную заинтересованность в казахстанском продукте, потому что при прокате отечественных картин не нужно львиную долю с проката отдавать зарубежным дистрибьюторам, а кассовые сборы делятся примерно пятьдесят на пятьдесят между кинотеатром и производителем.

Вышедшие в 2019 году 48 фильмов можно разделить на 4 категории:

1. Фильмы, сборы которых превышают как минимум вдвое бюджет, то есть принесшие прибыль продюсерам. Это 11 картин, среди которых «Бизнес по-казахски в Корее», «Бизнес по-казахски в Африке», «Аким», «Кудалар», «Брат или брак 2», «Каникулы оффлайн» и «Каникулы оффлайн 2», «Красавчики до нашей эры», «Аташка на хайпе», «Келинка тоже человек», «Кино по понятиям». Все эти фильмы были произведены на частных киностудиях уже упомянутыми ранее продюсерами, к которым добавились А. Садвакасова, Д. Шайхисламов, Р. Акун, М. Туребаев и М. Шерниязов.
2. Фильмы, бюджеты которых превышают сборы, их 5: «Томирис», «Казахское ханство. Золотой трон»,

«Балуан Шолак», «Композитор» и «Бала гашык». Все картины производства киностудии «Казахфильм», то есть это имиджевое, но убыточное кино.

3. Фестивальные фильмы, которые практически не имели кассовых сборов: 8 картин, созданных как на частных студиях («Марьям», «Черный, черный человек», «Дом», «Олма Джон»), так и с вложением государственных средств — «Конокрады. Дороги времени», «Тренинг личностного роста», «Шанырау», «Шырақшы».
4. Фильмы, бюджет которых превысил сборы: 24 картины, снятые в основном на частных студиях. То есть половина (24 из 48) фильмов была произведена с надеждой на прокатный успех, но они не заработали достаточно денег, чтобы окупиться. Финансовый неуспех половины фильмов вполне объясним. Даже в Голливуде на 1–2 успешные картины приходится десять картин, снятых в убыток. Большие американские мейджоры знают об этом, но никто не может предсказать, какое именно кино будет успешным. В нашем случае это, как правило, фильмы мелких производителей, которые впервые выводят свои фильмы в прокат, или это поиск жанра — хоррор, мелодрама. Но самая главная причина неуспеха — недостаточная рекламная кампания фильма, на которую у создателей, как правило, нет средств. Почему, скажем, «Брат или брак» был финансово успешен? Потому что у фильма была беспрецедентно большая реклама. Большинство же фильмов не имеют постеров, билбордов по городу, о них не говорят в СМИ. В лучшем случае их ролик можно увидеть перед другими картинами. Эти фильмы не попали на кинофестивали, но продюсеры получили опыт кинопроизводства

и проката и, возможно, в следующем проекте будут более успешны.

Из этого небольшого анализа видно, что только в 2019 году драйверами креативной индустрии кино являются частные студии и продюсеры, стремящиеся снимать фильмы, на которые пошел бы зритель.

Следующий шаг, который должны сделать и делают частные продюсеры, — это выйти на копродукцию с зарубежными странами и начать зарабатывать за пределами Казахстана. Так сделал Нурлан Коянбаев, сняв свой следующий фильм из серии «Бизнес по-казахски» в Турции с участием турецких продюсеров. Более того, он тут же снял ответвление под названием «I go to school», используя ту же локацию — казахскую гостиницу в Аланье, и обе картины выпустил в прокат. «Бизнес по-казахски в Турции» поставил очередной бокс-офисный рекорд, заработав в Казахстане 1 млрд 300 тысяч тенге. Но Коянбаев на этом не остановился — сейчас находится в стадии продакшн его следующий проект «Бизнес по-казахски в Турции», где все актеры будут турецкие, а лучшие шутки собраны из предыдущих картин. Это яркий пример того, как частный казахстанский продюсер пытается выйти на турецкий кинорынок. Пока это единственная известная попытка сделать прорыв на зарубежный кинорынок, но если Коянбаеву это удастся, то и другие продюсеры, конечно, последуют его примеру.

Частный и государственный сектор вносят примерно равный вклад в развитие фестивального кино в Казахстане. Фильмы, финансируемые на государственной студии «Казахфильм», не окупаются в прокате, что говорит о явно завышенном их финансировании. И основной резерв для развития коммерческого кино — частные студии, которые сегодня не всегда успешны, но постепенно набираются опыта.

Дискуссия

В научных журналах довольно редко дискутируется вопрос об окупаемости, прибыльности фильмов Казахстана и Центральной Азии. Но этот вопрос интересует зарубежных читателей, поскольку они хотят знать о доле национальных картин в местном кинопрокате. Были опубликованы статьи о кино Казахстана (Абикеева, Ахмедова, Ембергенова), Узбекистана, где национальное коммерческое кино очень популярно — «Узбекистан: доска для нарезки или серьезное кино» (Абикеева, Боймерс), о временном отсутствии кинопроизводства в Туркменистане — «Вместо пробела. Отсутствующее кино Туркменистана» (Абикеева, Боймерс).

В статье «Как Акан Сатаев и Эрнар Курмашев хотят построить цивилизованную киноиндустрию» упоминается, что «коммерческое кино в Казахстане — то, которое снимают частные компании, — не может позволить себе больше. Потолок окупаемости — \$300 000. Всё, что выше, будет убыточным» (Танкаева). Оптимальный бюджет несложнопостановочного фильма должен составлять не более 100 млн тенге, чтобы не быть убыточным. При этом частные студии снимают свои фильмы, как правило, за меньшую сумму — 50–60 млн тенге. Так, продюсер Асель Садвакасова в своем интервью говорит: «Я стараюсь, чтобы вместе с рекламной кампанией, постпродакшеном и самим производством бюджет фильма не превышал 50 млн тенге, в том числе с налогами» (Еркебулан). Однако есть примеры и совсем крошечных бюджетов. Фестивальная картина «Строители» Адильхана Ержанова была снята на грант Фонда Сорос-Казахстан за 10 тысяч долларов США, что в 2011 году составляло 1,5 миллиона тенге. Из-за такого разброса в бюджетах кинокартин в прессе в последние годы

часто начали подниматься вопросы неоправданно завышенных бюджетов казахстанских картин, поэтому, как правило, в свободном доступе нет данных по бюджету фильмов. Но что еще досаднее — нет точных данных и по кассовым сборам. Из-за того что в Казахстане отсутствует единый электронный билет, этих данных нет в официальной статистике. Есть какие-то цифры в Tiketon, но они актуальны только по неделям проката, а итоговых данных нет, поэтому довольно трудно увидеть, сколько заработал в прокате тот или иной фильм. А какая экономика, какой бизнес может быть без точных цифр? Для того чтобы сфера кинематографа развивалась по законам бизнеса и стала полноценной креативной индустрией, необходимо внедрение системы единого электронного билета.

Заключение

Киноиндустрия является зеркалом развития страны. Как правило, кино развивается там, где имеет место мощное развитие экономики страны. Основой развития коммерческого кино стала цифровизация кино, а значит, его удешевление. Сыграло большую

роль развитие системы кинопроката, который построился как частный бизнес за последние 15 лет, а также приход в кино представителей успешного шоу-бизнеса и продюсеров телевидения.

Сегодня сфера кино является в Казахстане ведущей из креативных индустрий, но это достижение только последних десяти лет. Заслуга в этом кавээнщиков, комедиографов, которые повернули казахстанского зрителя к отечественному кино. По мнению экспертов, оборот средств в кино больше, чем в отечественном автомобилестроении, поэтому люди из шоу-бизнеса перешли в кино, понимая, что здесь можно больше заработать денег. Сегодня основная доля доходов от кинопроката идет с американских фильмов, поэтому 70–80% денег легально уходит за границу. Чем больше и качественнее будет создаваться казахстанских фильмов, тем больше денег от проката останется в стране.

Фактически киноиндустрия, несмотря на то что она находится только в первой стадии своего развития, становится важной составляющей экономики Казахстана.

Список источников

- Абикеева, Гульнара. «Плюсы и минусы казахстанского кино». *Новая эра.KZ*, № 2, 2014, с. 24–27.
- Беньямин, Вальтер. «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости». *Избранные эссе*, редактор Ю. А. Здравовый, Москва, Медиум, 1996, с. 66–91.
- Деррида, Жак. «Глобализация, мир, космополитизм». *Космополис*, № 2 (8), 2004, с. 125–140.
- Джеймисон, Фредерик. *Постмодернизм, или логика культуры позднего капитализма = Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press, 1991.
- Еркебулан, Айша. «Страсть к кино». *Forbes Kazakhstan*, декабрь 2018, www.forbes.kz/woman/strast_kkino. Дата доступа 13 февраля 2022.
- Леонтьева, Ксения, и др. «Кинорынок Казахстана: 2018–2019». *Невафильм Research*, 5 февраля 2020, www.research.nevafilm.ru/research/cinema-market. Дата доступа 10 августа 2021.
- Маркузе, Герберт. *Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества*. Перевод с английского А. Юдина, Москва, REFL-book, 1994.
- Танкаева, Гульнара. «Как Акан Сатаев и Эрнар Курмашев хотят построить цивилизованную киноиндустрию». *Forbes Kazakhstan*, 5 октября 2018, www.forbes.kz/life/afisha/kulturnyy_biznes_1538646705. Дата доступа 15 февраля 2022.
- Трубачева, Татьяна. «Forbes Kazakhstan представляет: 25 звезд шоу-бизнеса и спорта Казахстана – 2020». *Forbes Kazakhstan*, 13 марта 2020, www.forbes.kz/leader/25_zvezd_shou-biznesa_i_sporta_-_2019_1584030866. Дата доступа 15 февраля 2022.
- Хезмондалш, Дэвид. *Культурные индустрии*. Перевод с английского И. Кушнारेвой, научный редактор А. Михалева, Москва, Высшая школа экономики, 2014.
- Хокинс, Джон. *Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги*. Перевод Ирины Щербаковой, Москва, Классика XXI, 2011.
- Abikeyeva, Gulnara, et. al. “Reflection of Social Conflict of Kazakhstan of the 90s of the 20th Century by Visualizing Spatial Models in the Film Directed by Darezen Omirbaev.” *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, vol. 12, no. 2, 2020. DOI: 10.21659/rupkatha.v12n2.19.
- Abikeyeva, Gulnara, and Birgit Beumers. “In lieu of a Gap: the Absent Cinema of Turkmenistan.” *Studies in Russian and Soviet Cinema*, vol. 4, issue 2, 2010, pp. 204–243.
- Abikeyeva, Gulnara, and Birgit Beumers. “Uzbekistan: Chopping Board or Serious Cinema.” *Studies in Russian and Soviet Cinema*, vol. 4, issue 2, 2010, pp. 220–226.
- Galloway, Susan, and Stewart Dunlop. “A Critique of Definition of the Cultural and Creative Industries in Public Policy.” *International Journal of Cultural Policy*, vol. 13, issue 1, 2007, pp. 17–31. DOI: 10.1080/10286630701201657.

Pratt, Andy. C. “The Cultural and Creative Industries: Organisational and Spatial Challenges to Their Governance.” *Die Erde – Journal of the Geographical Society of Berlin*, vol. 143, no. 4, 2012, pp. 317–334.

References

- Abikeyeva, Gulnara. “Pljusy i minusy kazahstanskogo kino.” [“Pros and Cons of Kazakh Cinema.”] *Novaja jera*, no. 2, 2014, pp. 24–27. (In Russian)
- Abikeyeva, Gulnara, et. al. “Reflection of Social Conflict of Kazakhstan of the 90s of the 20th Century by Visualizing Spatial Models in the Film Directed by Darezen Omirbaev.” *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, vol. 12, no. 2, 2020.
DOI: 10.21659/rupkatha.v12n2.19.
- Abikeyeva, Gulnara, and Birgit Beumers. “In lieu of a Gap: the Absent Cinema of Turkmenistan.” *Studies in Russian and Soviet Cinema*, vol. 4, issue 2, 2010, pp. 204–243.
- Abikeyeva, Gulnara, and Birgit Beumers. “Uzbekistan: Chopping Board or Serious Cinema.” *Studies in Russian and Soviet Cinema*, vol. 4, issue 2, 2010, pp. 220–226.
- Ben'yamin, Valter. “Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoi vosproizvodimosti.” [“A Work of Art in the Era of Its Technical Reproducibility.”] *Selected Essays*, edited by Yu. Zdorovyi, Moscow, Medium, 1996, pp. 66–91. (In Russian)
- Derrida, Zhak. “Globalizacija, mir, kosmopolitizm.” [“Globalization, Peace, Cosmopolitanism.”] *Kosmopolis*, no. 2 (8), 2004, pp. 125–140. (In Russian)
- Dzheimison, Frederik. *Postmodernism or the Logic of the Culture of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press, 1991. (In Russian)
- Galloway, Susan, and Stewart Dunlop. “A Critique of Definition of the Cultural and Creative Industries in Public Policy.” *International Journal of Cultural Policy*, vol. 13, issue 1, 2007, pp. 17–31. DOI: 10.1080/10286630701201657.
- Hjezmondalsh, David. *Kul'turnye industrii [Cultural industries]*, transl. by I. Kushnareva, science editor A. Mihaleva. Moscow, Vysshaya shkola Ekonomiki, 2014. (In Russian)
- Hokins, Dzhon. *Kreativnaja jekonomika [Creative Economics]*, transl. by Irina Shcherbakova. Moscow, Klassika-XXI, 2011. (In Russian)

Leont'eva, Ksenija, et. al. "Kinorynok Kazahstana: 2018–2019." ["Kazakhstan Film Market: 2018–2019."] *Nevafil'm Research*, 5 February 2020, www.research.nevafilm.ru/research/reports/kazakhstan-2018-2019/. Accessed 10 August 2021. (In Russian)

Markuze, Gerbert. *Odnomernyi chelovek. Issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshhestva* [One-dimensional Man. A Study of the Ideology of a Developed Industrial Society]. Moscow, REFL-books, 1994. (in Russian)

Pratt, Andy. C. "The Cultural and Creative Industries: Organisational and Spatial Challenges to Their Governance." *Die Erde – Journal of the Geographical Society of Berlin*, vol. 143, no. 4, 2012, pp. 317–334.

Tankayeva, Gulnara. "Kak Akan Sataev i Ernar Kurmashev khotyat postroit' tsivilizovannuyu kinoindustriyu." ["How Akan Satayev and Yernar Kurmashev Want to Build a Civilized Film Industry."] *Forbes Kazakhstan*, 5 October 2018, www.forbes.kz/life/afisha/kulturnyy_biznes_1538646705. Accessed 15 February 2022. (In Russian)

Trubacheva, Tatiana. "Forbes Kazahstana predstavlyaet: 25 zvezd shou-biznesa i sporta Kazahstana – 2020." ["Forbes Kazakhstan Presents: 25 Stars of Show Business and Sports of Kazakhstan – 2020."] *Forbes Kazakhstan*, 13 March 2020, www.forbes.kz/leader/25_zvezd_shou-biznesa_i_sporta_-2019_1584030866/. 15 February 2022. (In Russian)

Гульнара Абикеева

Алматы Менеджмент Университеті (Алматы, Қазақстан)

КИНО ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖЕТЕКШІ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯСЫ РЕТІНДЕ

Аңдатпа. Қазақ кинематографиясы 2005 жылы кинопрокат жанданып, фестивальдерге ғана емес, ең алдымен көрерменге арналған фильмдер түсіріле бастаған сәттен мәдени индустрия ретінде қалыптаса бастады. Бұл «Рэкетир» (2007), «Жұлдызға арналған коктейль» және «Қызғылт қоян туралы ертегі» (2010) секілді фильмдер. Бірақ, шын мәнінде, кино одан да көп табыс табу үшін өз ақшасын салуға дайын продюсерлер класы пайда болған кезде ғана бизнеске айнала бастады. Бұл продюсерлердің көпшілігі – Баян Алағөзова, Нұрлан Қоянбаев, Асқар Ұзабаев, Асқар Бисембин, Нұртас Адамбай, Құралай Анарбекова және т. б. киноға шоу-бизнестен келіп, соңғы онжылдықта, 2010 жылдан қазіргі уақытқа дейін Қазақстанның шығармашылық экономикасының маңызды классын – кинобизнесі қалыптастырды. Егер 2000 жылдары қазақ киносының прокаттағы үлесі небәрі 1-ден 3%-ға дейін болса, 2019 жылы пандемия басталғанға дейін отандық фильмдердің бокс кеңсесі барлық фильмдер прокатының 30%-ын құрады. Бұл біздің киномыздың прокаттағы орнына түбегейлі әсер етті және 1990-шы – 2000-шы жылдардың басындағы Оңтүстік Кореядағыдай фильмдерді тарату желілерін фильм өндірісіне көшуге ынталандырды.

Бұл мақаланың мақсаты – Қазақстандағы кинобизнесінің қалыптасу процесі қалай болғанын көрсету. Біз статистикалық деректерді талдау әдістерін, атап айтқанда кассалық түсімдерді, сондай-ақ Қазақстанда кино өндірісі мен прокаттың бүкіл жүйесі қалай құрылғанын, продюсерлердің жаңа классының қалыптасуын, жеке және мемлекеттік киноның өзара әрекеті мен бәсекелестігін сипаттау үшін кинотану және салыстырмалы талдау әдісін қолдандық.

Бұл жұмыстың жаңалығы – қазақстандық киноны креативті индустрия деп қарастыратындар аз, өйткені бізде фильмдердің кассасы бойынша ресми цифрлар жоқ және кино өнерінің экономиканың осы төртінші секторындағы рөлін анықтау қиын.

Тірек сөздер: кино, прокат, касса, фильм бюджеті, продюсер, креативті индустрия.

Дәйексөз үшін: Әбікеева, Гүлнар. «Кино Қазақстанның жетекші креативті индустриясы ретінде». *Central Asian Journal of Art Studies*, т. 7, № 1, 2021, 54–66 б. DOI: 10.47940/cajas.v7i1.545.

Gulnara Abikeyeva

Almaty Management University (Almaty, Kazakhstan)

CINEMA AS THE LEADING CREATIVE INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Abstract. Kazakh cinema began to take shape as a cultural industry from the moment when film distribution was revived in 2005 and films began to be made not only for festivals, but also primarily for the audience. These are films such as *Racketeer* (2007), *Cocktail for a Star* (2010) and *The Tale of the Pink Hare* (2010). However, cinema truly becomes a business now when a class of producers arises who are ready to invest their money in order to earn even more. For the most part, these producers – Bayan Alaguzova, Nurlan Koyanbaev, Askar Uzabayev, Askar Bisembin, Nurtas Adamabay, Kuralai Anarbekova and others – came to the cinema from show business and over the past decade, from 2010 to the present, have formed an important class of Kazakhstan’s creative economy – the film business. In the 2000s, the share of Kazakh cinema in the box office was only around 1 to 3%, whereas in 2019, before the start of the pandemic, the box office of domestic films amounted to 30% of the box office of all films. This fundamentally affected the place of our cinema in the box office and encouraged film distribution chains to also move into film production, as was the case in South Korea in the 1990s and early 2000s.

The purpose of this article is to show how the process of formation of the film business in Kazakhstan took place. Methods of analyzing statistical data, namely box office receipts, as well as the method of film studies and comparative analysis were used to describe how the entire system of film production and distribution in Kazakhstan was built, the interaction and competition between private and state film studios, and the formation of a new class of producers.

The novelty of this work lies in the fact that few people consider Kazakhstani cinema as a creative industry, since we do not have official figures for the box office of films, and it is difficult to determine the role of cinema in this fourth sector of the economy.

Keywords: cinema, distribution, box office, film budget, producer, creative industry.

Cite: Abikeyeva, Gulnara. "Cinema as the Leading Creative Industry of Kazakhstan." *Central Asian Journal of Art Studies*, vol. 7, no. 1, 2022, pp. 54–66. DOI: 10.47940/cajas.v7i1.545.

Автор туралы мәлімет:

Гульнара Ойратовна Абикеева — өнертану докторы, Алматы Менеджмент Университеті Медиа және кино мектебінің профессоры, Қазақстан киносыншылары қауымдастығының президенті (Алматы, Қазақстан)

Сведения об авторе:

Гульнара Ойратовна Абикеева — доктор искусствоведения, профессор Школы медиа и кино Алматы Менеджмент Университета, президент Ассоциации кинокритиков Казахстана (Алматы, Казахстан)

Author’s bio:

Gulnara O. Abikeyeva — Doctor of Arts Sciences, Professor, School of Media and Film, Almaty Management University, President of the Association of Film Critics of Kazakhstan (Almaty, Kazakhstan)

ORCID ID: 0000-0002-0704-1476
email: gabikeyev@gmail.com