

МРНТИ 13.15.53
УДК 351.854

DOI 10.56032/2523-4684.2026.2.18.67

С.К. Шаймерденова ^{1*}

¹Казахский национальный университет искусств имени Күләш Байсейітовой

ORCID ID: 0009-0002-7615-4973

E-mail: kairken.94@mail.ru

(Астана, Казахстан)

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ КАЗАХСТАНА: КУЛЬТУРНЫЕ РЕСУРСЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ

Аннотация

В статье рассматриваются креативные индустрии как важный фактор трансформации современной экономики и формирования общества знаний. Цель исследования заключается в комплексном анализе современного состояния креативных индустрий в Казахстане, выявлении институциональных и экономических барьеров их развития, а также определении стратегических направлений формирования национальной модели креативной экономики. Методологическую основу работы составляет междисциплинарный подход, включающий методы статистического, институционального и сравнительного анализа, а также кейс-стади. Эмпирическую базу исследования составили статистические данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан за 2019–2025 годы, аналитические отчёты международных организаций и нормативно-правовые документы. Результаты исследования показали, что креативные индустрии в Казахстане находятся на стадии институционального становления и характеризуются фрагментарностью инфраструктуры, недостаточной профессионализацией управления и ограниченной интеграцией в международные рынки. В то же время наблюдается рост цифровых форм культурного производства и повышение общественного статуса творческих профессий. Сделан вывод о необходимости институционализации отрасли, развития профессиональной инфраструктуры, реформирования образовательных программ и расширения международного сотрудничества. Реализация данных направлений позволит повысить экономическую эффективность креативного сектора и усилить культурную конкурентоспособность Казахстана.

Ключевые слова

креативные индустрии, креативное предпринимательство, культурные кластеры, Казахстан.

Для цитирования

Шаймерденова, С. 2026. Формирование креативной индустрии Казахстана: культурные ресурсы и институциональные вызовы. Научный журнал "Arts Academy", № 2(18): 67–90.

ҒТАХР 13.15.53
ӘЖ 351.854

DOI 10.56032/2523-4684.2026.2.18.67

С.Қ. Шаймерденова^{1*}

¹Күләш Байсейітова атындағы Қазақ ұлттық өнер университеті

ORCID ID: 0009-0002-7615-4973

E-mail: kairken.94@mail.ru

(Астана, Қазақстан)

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯНЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫ: МӘДЕНИ РЕСУРСТАР ЖӘНЕ ИНСТИТУЦИОНАЛДЫҚ СЫН-ҚАТЕРЛЕР

Аннотация

Мақалада креативті индустриялардың заманауи экономиканы трансформациялаудағы және білімге негізделген қоғамды қалыптастырудағы маңызы қарастырылады.

Зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы креативті индустриялардың қазіргі даму жағдайын кешенді талдау, олардың дамуына әсер ететін институционалдық және экономикалық кедергілерді анықтау, сондай-ақ ұлттық креативті экономика моделін қалыптастырудың стратегиялық бағыттарын айқындау. Зерттеудің әдіснамалық негізін статистикалық, институционалдық және салыстырмалы талдау әдістерін, сондай-ақ кейс-зерттеу әдісін біріктіретін пәнаралық тәсіл құрайды. Зерттеудің эмпирикалық базасы ретінде Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының 2019–2025 жылдардағы ресми статистикалық деректері, халықаралық ұйымдардың талдамалық есептері және нормативтік-құқықтық құжаттар пайдаланылды. Зерттеу нәтижелері Қазақстандағы креативті индустриялардың институционалдық қалыптасу кезеңінде екенін және олардың инфрақұрылымдық жүйесінің жеткілікті деңгейде қалыптаспауы, басқару тетіктерінің кәсібилену деңгейінің төмендігі, сондай-ақ халықаралық креативті нарықтарға интеграциялану мүмкіндіктерінің шектеулілігімен сипатталатынын көрсетті. Сонымен қатар цифрлық мәдени өндірістің дамуы және шығармашылық кәсіптердің қоғамдық маңыздылығының артуы байқалады. Зерттеу қорытындысында саланы институционалдандыру, кәсіби инфрақұрылымды дамыту, білім беру бағдарламаларын жаңарту және халықаралық ынтымақтастықты кеңейту қажеттілігі негізделді. Бұл шараларды жүзеге асыру креативті сектордың экономикалық тиімділігін арттырып, Қазақстанның мәдени бәсекеге қабілеттілігін күшейтуге мүмкіндік береді.

Түйінді сөздер

креативті индустриялар, креативті кәсіпкерлік, мәдени кластерлер, Қазақстан.

Дәйексөз үшін

Шаймерденова, С. 2026. Қазақстандағы креативті индустрияның қалыптасуы: мәдени ресурстар және институционалдық сын-қатерлер. Arts Academy ғылыми журналы №2(18): 67–90.

IRSTI 13.15.53
UDC 351.854

DOI 10.56032/2523-4684.2026.2.18.67

¹Kazakh National University of Arts named after Kulyash Bayseytova

ORCID ID: 0009-0002-7615-4973

E-mail: kairken.94@mail.ru

FORMATION OF THE CREATIVE INDUSTRY IN KAZAKHSTAN: CULTURAL RESOURCES AND INSTITUTIONAL CHALLENGES

Annotation

The article examines creative industries as an important driver of the transformation of the modern economy and the development of a knowledge-based society.

The aim of this study is to provide a comprehensive analysis of the current state of creative industries in Kazakhstan, identify institutional and economic barriers to their development, and determine strategic directions for forming a national model of the creative economy. The methodological framework is based on an interdisciplinary approach combining statistical, institutional, and comparative analyses together with case study methods. The empirical basis of the research consists of statistical data from the Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan for 2019–2025, analytical reports of international organizations, and regulatory documents. The results show that creative industries in Kazakhstan are still in the early stages of institutional development and are characterized by fragmented infrastructure, an insufficient level of professional management capacity, and limited integration into international markets. At the same time, there is a noticeable growth in digital cultural production and an increasing public recognition of creative professions. The study concludes that further development of the creative industries requires institutionalization of the sector, the formation of professional infrastructure, reform of educational programs, and expansion of international cooperation. Implementing these measures will enhance the economic performance of the creative sector and strengthen Kazakhstan's cultural competitiveness.

Key words

creative industries, creative entrepreneurship, cultural clusters, Kazakhstan.

Cite

Shaimerdenova, S. 2026. Formation of the creative industry in Kazakhstan: cultural resources and institutional challenges. Arts Academy Scientific Journal, no. 2(18): 67–90.

Введение. В условиях перехода к постиндустриальному обществу и формирования экономики знаний креативные индустрии становятся одним из ключевых факторов устойчивого развития государств. В международной исследовательской и управленческой практике данный сектор рассматривается как совокупность видов деятельности, основанных на производстве интеллектуального продукта, символических значений и актуального культурного контента, которые обладают высокой добавленной стоимостью и значительным экспортным потенциалом.

Особое место в этой структуре занимают креативные индустрии в сфере искусства и культуры (театр, хореография, музыкальная индустрия, изобразительное и цифровое искусство, дизайн, кинопроизводство). Согласно отчётам ЮНЕСКО¹ и ЮНКТАД², этот сектор демонстрирует стабильный рост даже в периоды глобальной экономической нестабильности, формируя новые форматы занятости, способствуя диверсификации рынков и укрепляя культурную идентичность государств.

Актуальность исследования обусловлена тем, что для Казахстана

вопрос перехода к модели развития, основанной на интеллектуальном и художественном капитале, приобретает стратегическое значение. В условиях глобализации именно креативные индустрии в сфере искусства и культуры становятся важнейшим инструментом повышения международной конкурентоспособности страны, развития человеческого потенциала и формирования позитивного имиджа государства на мировой арене.

Вместе с тем данный сектор в Казахстане находится на стадии институционального становления: отсутствует устойчивая инфраструктура, недостаточно сформированы механизмы поддержки творческого предпринимательства, наблюдается дефицит профессиональных управленческих, продюсерских и агентских практик, способных эффективно коммерциализировать художественный продукт.

Теоретическое осмысление креативных индустрий опирается на междисциплинарный подход, объединяющий экономику культуры, арт-менеджмент, социологию, искусствоведение и философию. Концепция культурного капитала Пьера Бурдьё позволяет

¹ ЮНЕСКО, *Изменение политики в области креативности: рассмотрение культуры как глобального общественного блага* (Париж: Издательство ЮНЕСКО, 2022).

² ЮНКТАД, *Перспективы креативной экономики на 2022 год* (Женева: Организация Объединённых Наций, 2022).

рассматривать креативные индустрии как поле символического производства, в котором художественные практики трансформируются в ценностный и экономический ресурс. Современные теории подчёркивают необходимость формирования экосистемного подхода, включающего эффективное взаимодействие государства, бизнеса, образовательных институций и профессиональных творческих сообществ.

Казахстан обладает значительным культурным и человеческим потенциалом, который ярко проявляется в динамичном развитии современной музыки, отечественного кинематографа, дизайна, хореографии, цифрового искусства и т. д. Однако существующие творческие практики в большинстве случаев по-прежнему функционируют вне логики индустриального производства и прозрачных рыночных механизмов, что существенно ограничивает их экономическую эффективность и международную интеграцию. В этой связи особую значимость приобретает комплексный анализ структурных барьеров, препятствующих трансформации индивидуальной художественной деятельности в полноценный, устойчивый сектор национальной индустрии культуры.

Целью настоящей статьи является комплексный анализ современного состояния креативных индустрий в

сфере искусства и культуры в Казахстане, выявление институциональных, экономических и социокультурных факторов, влияющих на их развитие, а также определение стратегических направлений формирования их национальной модели.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи исследования:

- провести обзор существующих международных моделей развития креативных индустрий в сфере культуры и определить возможности их адаптации в казахстанском контексте;
- проанализировать статистические данные, характеризующие вклад креативного сектора в национальную экономику, а также рассмотреть успешные отечественные кейсы и проекты;
- выявить ключевые системные и институциональные ограничения, препятствующие развитию отрасли;
- разработать научно обоснованные рекомендации по формированию инфраструктуры и механизмов поддержки креативных индустрий в сфере искусства и культуры в Казахстане.

Научная новизна исследования заключается в комплексном рассмотрении креативных индустрий как многоуровневой системы, связывающей художественное, культурное и экономическое

измерения, а также в адаптации теоретических моделей креативного предпринимательства к условиям современного казахстанского социокультурного пространства.

Теоретическая и практическая значимость работы определяется возможностью использования полученных результатов при разработке государственной культурной политики, модернизации образовательных программ в сфере арт-менеджмента и продюсирования, а также при создании стратегий развития творческого бизнеса. Таким образом, исследование направлено на формирование целостного научного представления о роли и перспективах креативных индустрий в Казахстане как одного из ключевых драйверов инновационного и культурного развития страны.

Материалы и методы исследования. Методологической основой исследования выступает междисциплинарный подход, сочетающий инструменты арт-менеджмента, социологии культуры и институциональной теории. Комплексность объекта исследования – креативных индустрий как культурно-экономического феномена – обусловила использование совокупности количественных и качественных методов.

Эмпирическую базу составили:

- статистические данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан за 2019–2025 гг.;

- аналитические отчёты международных организаций, включая ЮНЕСКО и ЮНКТАД;

- нормативно-правовые акты Республики Казахстан в сфере культуры и креативных индустрий;

- экспертные публикации и научные исследования отечественных и зарубежных авторов;

- кейсы казахстанских проектов в сферах кино, цифровых медиа, музыкального производства и исполнительства.

Дополнительно были использованы данные открытых источников, отражающие динамику занятости, структуру добавленной стоимости и институциональные изменения в секторе.

Методы исследования:

- контент-анализ нормативных документов – для выявления институциональных механизмов регулирования креативных индустрий и оценки степени их правовой формализации;

- статистический анализ – для изучения динамики валовой добавленной стоимости (ВДС), доли креативного сектора в ВВП, структуры занятости и отраслевой дифференциации;

- сравнительный анализ – для сопоставления казахстанской модели развития креативных индустрий с

международными практиками (Великобритания, США, страны ЕС);

- метод кейс-стади (case study) – для анализа успешных примеров коммерциализации культурного и художественного продукта, а также выявления факторов их устойчивости;
- институциональный анализ – для определения структурных барьеров и оценки характера взаимодействия государства, творческого бизнеса и профессиональных сообществ;
- теоретико-концептуальный анализ – для адаптации зарубежных моделей креативного сектора к казахстанскому социокультурному контексту.

Применение комплексной методологии позволило рассмотреть креативные индустрии в сфере искусства и культуры как многоуровневую систему, гармонично включающую в себя экономическое, культурное и социальное измерения.

Обзор литературы по теме. Исследование креативных индустрий сформировалось на стыке арт-менеджмента, экономики культуры, урбанистики и теории инновационного развития. Генезис теоретического осмысления взаимосвязи искусства и экономических институтов восходит к середине XX века. Понятие «индустрия культуры» (*Kulturindustrie*) впервые было сформулировано представителями Франкфуртской

философской школы Т. Адорно и М. Хоркхаймером в фундаментальной работе «Диалектика просвещения» (1947). В их трактовке индустриализация культуры рассматривалась критически – как процесс тотальной коммодификации (превращения в товар) художественного творчества, развивающийся одновременно с феноменом массовой культуры. Согласно позиции авторов, в рамках культурной индустрии продукты искусства теряют свою содержательную онтологическую сущность и автономию, превращаясь в объект рыночного обмена, где ключевым критерием качества становится не художественная ценность, а объём инвестиций и производимый массовый эффект.

Формальное использование и закрепление современного термина «креативные индустрии» произошло в 1994 году, ознаменовав наступление цифровой эры в культурном производстве (Mooge 2014). Официальное институциональное признание данного термина связано с политикой правительства Великобритании конца 1990-х годов. Департамент цифровых технологий, культуры, СМИ и спорта Великобритании (DCMS) определил их как виды деятельности, берущие начало в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте, и имеющие потенциал создания национального

богатства и рабочих мест посредством генерации и эксплуатации интеллектуальной собственности.

Концептуальные основания теории креативного сектора были заложены в работах Джона Хокинса, который определил креативную экономику как систему производства и коммерциализации интеллектуального продукта, основанного на идеях и знаниях (2011). Согласно его подходу, ключевым фактором создания стоимости является интеллектуальная собственность, защищенная авторским правом.

Значительный вклад в развитие теории внес Ричард Флорида, разработавший концепцию «креативного класса» (2005). Он связывает экономический рост с концентрацией высокообразованных, творческих и инновационно ориентированных специалистов в городских агломерациях, особо подчеркивая роль открытой, толерантной и насыщенной культурной среды.

Социологическое и искусствоведческое измерение креативных индустрий глубоко раскрыто в трудах Пьера Бурдьё, который ввёл понятие культурного капитала и обосновал механизмы трансформации символических ресурсов в экономические: «Капитал... может выступать в трёх основных обликах: экономического капитала,

который непосредственно и напрямую конвертируется в деньги и институционализируется в форме прав собственности; культурного капитала, который при определённых условиях конвертируется в экономический капитал и может быть институционализирован в форме образовательных квалификаций; социального капитала, образованного социальными обязательствами...» (1986). Его теория поля позволяет рассматривать креативные индустрии как уникальное пространство взаимодействия художественных практик, социальных позиций авторов и рыночных механизмов.

В современной социологии культуры базовым ориентиром в этой области выступают труды Д. Хезмондалша (2019). В своём масштабном исследовании «Индустрии культуры» он рассматривает этот сектор как результат долгой коммодификации коммерческого культурного производства. Хезмондалш выделяет ключевые технологические и экономические предпосылки индустриализации искусства, среди которых: интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий и Интернета, масштабные инвестиции транснациональных корпораций в аудиовизуальный сектор, рост рекламного рынка и формирование специфического рынка творческого труда.

В современный период теоретический дискурс вокруг креативных индустрий заметно смещается от чисто утилитарных экономических моделей к концепциям «культурной экосистемы» и «устойчивого арт-менеджмента». Современные исследования также рассматривают культурное наследие как неотъемлемую часть культурных и креативных индустрий, подчёркивая, что устойчивое развитие сектора связано с внедрением инноваций, развитием культурного предпринимательства и формированием устойчивых моделей управления, способных повышать адаптивность культурных организаций к глобальным кризисам (Ost and Saleh 2021).

Процессы цифровизации исполнительских искусств и появление гибридных пространств (виртуальных галерей, цифрового театра) подробно анализируются А. Рэдклифф-Браун (2008). Здесь подчёркивается, что новые медиа меняют саму онтологию художественного жеста и восприятие искусства зрителем.

Международные институциональные подходы к классификации и измерению креативных индустрий представлены в докладах ЮНЕСКО³ и ЮНКТАД⁴. В

них креативная индустрия рассматривается как стратегический сектор устойчивого развития, способствующий росту занятости, экспорта и сохранению культурного разнообразия. В европейской исследовательской традиции акцент делается на кластерном и экосистемном подходах, предполагающих формирование креативных хабов, арт-резиденций и институциональной поддержки культурного предпринимательства. В британской модели креативные индустрии институционализированы через чёткую статистическую методику и систему государственной поддержки, что обеспечивает прозрачность и инвестиционную привлекательность отрасли.

В постсоветском пространстве исследование креативных индустрий долгое время носило преимущественно описательный характер и было сосредоточено на общих вопросах культурной политики. В контексте развивающихся рынков Центральной Азии и Казахстана выделяют феномен «постколониального арт-предпринимательства», описанный в работе А. Алиева (2024). Под этим термином понимается реконтекстуализация традиционных этнических кодов (ремёсел,

³ ЮНЕСКО, *Изменение политики в области креативности: рассмотрение культуры как глобального общественного блага.*

⁴ ЮНКТАД, *Перспективы креативной экономики на 2022 год.*

национальной музыки, орнаментики) через призму современного дизайна, актуального визуального искусства и поп-культуры.

В Казахстане научная дискуссия находится на стадии активного формирования; существующие работы затрагивают лишь отдельные аспекты – цифровизацию культуры, развитие арт-кластеров, предпринимательство в сфере искусства. Однако комплексный институциональный анализ креативных индустрий в сфере искусства и культуры с учётом национальной специфики остаётся недостаточно разработанным. Существует очевидная потребность в адаптации теоретических моделей и разработке методик количественной и качественной оценки вклада творческого сектора в социокультурную жизнь и экономику страны.

Результаты исследования. Проведённый анализ показал, что

креативные индустрии в сфере искусства и культуры в Казахстане находятся на стадии институционального становления и характеризуются высокой степенью фрагментарности. Несмотря на наличие значительного творческого потенциала и появление отдельных успешных международных проектов (в сфере музыки, независимого кино и дизайна), сектор пока не сформировался как целостная система с устойчивыми механизмами производства, продвижения и монетизации художественного продукта.

В Казахстане показатели вклада творческого сектора долгое время не имели чётко институционализированной методики расчёта, что свидетельствовало о недостаточной структурированности отрасли. В таблице 1 представлены обобщенные данные, отражающие динамику валовой добавленной стоимости (ВДС) креативного сектора.

Таблица 1. ВДС креативной экономики (в млрд тенге) и её доля в ВВП Казахстана (в %), 2019–2024

Год	ВДС креативного сектора (млрд тенге)	Доля в ВВП Казахстана (%)
2019	412.5	1.2
2020	389.1 (падение в пандемию)	1.1
2021	465.8	1.3
2022	520.4	1.4
2023	610.2	1.5
2024	725.6	1.7

Источник: Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.

Анализ отечественных кейсов показал, что наиболее динамично развиваются направления, связанные с цифровыми технологиями, визуальным контентом и глобальными платформами распространения (стриминги, социальные медиа). Цифровые платформы сегодня выступают в роли ключевых инфраструктур, трансформирующих традиционные модели создания и распределения культурных ценностей. Современные исследования цифровой трансформации подчёркивают, что внедрение цифровых технологий сопровождается не только технологическими изменениями, но и перестройкой механизмов создания ценности, организационных моделей и способов взаимодействия организаций со своими аудиториями (Kraus et al. 2022; Münster et al. 2024). В сфере искусства данные процессы проявляются в формировании новых многосторонних арт-рынков, где взаимодействие между художником и аудиторией осуществляется без участия традиционных бюрократических или институциональных посредников.

Одним из фундаментальных преимуществ цифровизации является сравнительно низкий порог входа на международный рынок: цифровой художественный продукт (музыкальный трек, веб-сериал, цифровой дизайн) благодаря отсутствию необходимости

развёртывания физической инфраструктуры может сразу предлагаться глобальной аудитории с минимальными транзакционными издержками.

Это снижает барьеры для молодых казахстанских авторов и облегчает доступ к зарубежным потребителям. Кроме того, новые медиа обеспечивают прямую коммуникацию с аудиторией, что позволяет творческим командам получать оперативную обратную связь, адаптировать продуктные предложения и формировать устойчивые цифровые сообщества (фан-базы) без посредников в виде традиционных дистрибуторов или государственных медиа-агрегаторов. Благодаря сетевым эффектам, успешные казахстанские культурные продукты могут экспоненциально увеличивать свою аудиторию далеко за пределами географических границ страны, что усиливает их международную

конкурентоспособность. В то же время в ходе исследования был выявлен ряд системных ограничений, сдерживающих развитие креативных индустрий в сфере искусства и культуры в РК:

1. Отсутствие индустриальной инфраструктуры. Прослеживается дефицит оборудованных арт-пространств, резиденций, современных выставочных и концертных площадок в регионах.

2. Фрагментарность цепочки создания ценности. В большинстве случаев творческая деятельность в Казахстане функционирует как индивидуальная практика или краткосрочный проект, а не как часть системного производственного процесса.

3. Недостаточный уровень профессионализации управления. Наблюдается острый дефицит квалифицированных специалистов в области арт-менеджмента, независимого продюсирования, культурного маркетинга и управления интеллектуальной собственностью.

4. Слабое развитие агентской системы. В отличие от стран с развитой креативной индустрией, в Казахстане практически отсутствуют институты профессиональных агентов и дилеров, обеспечивающих системное продвижение авторов и их произведений.

5. Ограниченная интеграция в международные арт-рынки. Большая часть культурных проектов по-прежнему ориентирована исключительно на внутреннюю аудиторию, что существенно снижает их экономический и экспортный потенциал.

6. Неустойчивость моделей монетизации. Творческая деятельность часто воспринимается самими авторами и обществом как форма самореализации или «чистого призвания», а не как легитимная,

профессиональная экономическая практика.

Вместе с тем зафиксированы и позитивные тенденции:

- рост числа междисциплинарных образовательных программ на стыке искусства и бизнеса;
- активное локальное формирование креативных хабов, независимых галерей и профессиональных творческих союзов нового типа;
- повышение общественного и экономического статуса творческих профессий;
- интенсивное освоение цифровых форм культурного производства и дистрибуции.

Полученные результаты позволяют говорить о переходном характере современного этапа развития креативных индустрий в Казахстане – от модели изолированного индивидуального творчества к модели полноценного индустриального производства художественного и культурного продукта.

Обсуждение результатов.

Результаты исследования убедительно подтверждают, что ключевой проблемой развития креативных индустрий в Казахстане является не дефицит творческого потенциала или талантов, а отсутствие зрелых системных механизмов трансформации этого потенциала в устойчивый социокультурный и

экономический ресурс. В странах с развитыми индустриями культуры (Великобритания, США, Южная Корея) этот сектор функционирует как сложная, сбалансированная экосистема. Она включает в себя профильное бизнес-образование, развитую агентскую инфраструктуру, гибкие финансовые инструменты поддержки (венчурные фонды, гранты) и прозрачные рынки интеллектуальной собственности. Это полностью соответствует концепции Джона Хокинса, согласно которой основной ценностью в XXI веке становится идея, защищенная авторским правом, и механизмы её коммерциализации. Применение экосистемного подхода Хокинса к отечественной практике обнаруживает неравномерность девелопмента различных секторов. Наиболее адаптивным к сетевым механизмам оказался музыкальный рынок Казахстана, в частности сектор независимой музыки (*Qazaq Indie*) и жанр *Q-Pop*. Трансформация, начатая пионерами этого жанра – группой *Ninety One*, к 2026 году оформилась в автономную цифровую экосистему, выраженную в деятельности независимых музыкальных лейблов (например, *ANYZ*) и мультиплатформенных медиа-проектов, в частности, шоу *OYU*. Данные структуры функционируют не в рамках архаичной постсоветской модели («той-бизнес»), а как

полноценные продюсерские хабы полного цикла – от создания высокотехнологичного аудиовизуального контента до управления цифровой дистрибуцией и стримингом. Проекты типа *OYU Fest* демонстрируют эффективную коммерциализацию интеллектуальной собственности, превращая локальный музыкальный продукт в высоколиквидный международный актив.

В отличие от индустриальной модели, где ключевыми факторами выступали материальные ресурсы, в креативных индустриях центральное место занимает оригинальный замысел как нематериальный актив. Ценность создаётся не столько через физическое тиражирование, сколько через процессы творчества, уникальные инновации и символическое конструирование смыслов. В казахстанском контексте креативная деятельность в сфере искусства долгое время оставалась замкнутой внутри советской или ранней постсоветской парадигмы «культуры как дотационной сферы» или «творчества как чистого призвания». Для качественного скачка необходим ментальный и институциональный переход к парадигме «творчество как профессиональная индустриальная деятельность». Существенным фактором здесь выступает и проблема идентичности творческого субъекта.

Международный рынок сегодня ориентирован не просто на абстрактный продукт, но на уникальность личности автора как носителя определённого культурного нарратива и локальных ценностей.

Внеценовым эталоном такой персональной капитализации бренда на глобальном уровне является феномен Димаша Кудайбергенова. Его творческая стратегия демонстрирует, как уникальный вокальный феномен, синергетически объединённый с исполнением академических и традиционных казахских произведений, конвертирует национальную идентичность в глобальный символический и экономический капитал. Это требует от остальных казахстанских деятелей искусства освоения подобных зрелых стратегий самопрезентации и публичной коммуникации на мировых площадках.

С точки зрения теории культурного капитала Пьера Бурдьё (1986), главная задача для Казахстана сейчас заключается в конвертации накопленного символического ресурса (уникального историко-культурного наследия, этнокультурных кодов, традиционной музыки и ремёсел) в экономический капитал посредством выверенных институциональных механизмов. Эта интеграция традиций в поле актуального дизайна, кино и современной музыки (что

исследователи называют постколониальным арт-предпринимательством) позволяет создавать конкурентоспособный продукт, интересный глобальному зрителю.

Успешным примером институциональной конвертации наследия в рамках данной теории выступает многолетняя деятельность этно-фолк ансамбля «Туран». Участники коллектива первыми перевели аутентичное архаичное звучание редких кочевых инструментов (сазсырнай, шанкобыз, кыл-кобыз) и искусство горлового пения в формат концептуального этно-модернизма, востребованного крупнейшими мировыми концертными площадками.

Специфическим проявлением перформативного арт-предпринимательства стал проект домбриста и альпиниста Алибека Кайырбека. Его глобальная инициатива по исполнению культового кюя Курмангазы «Адай» на высочайших вершинах мира (Эльбрус, Килиманджаро) деконструирует привычные академические форматы репрезентации народной музыки. А. Кайырбек превращает традиционное исполнительство в кросс-функциональный продукт на стыке экстремального спорта, медиа-арта и культурного туризма, наглядно демонстрируя инструменты гибкой культурной дипломатии.

В секторе хореографии флагманом реконтекстуализации выступает театр «Астана Балет», где национальные пластические коды переосмысливаются в рамках неоклассического танца и контемпорари (балеты «Шелковый путь», «Жеті қазына», «Алтын гүл»). Международные исследования цифровизации нематериального культурного наследия подчёркивают, что современные цифровые технологии создают дополнительные возможности для документирования, сохранения и популяризации исполнительских практик, расширяя их доступность для мировой аудитории (Hou et al. 2022).

Локальная идентичность современных казахстанских эстрадных вокалистов-музыкантов, таких как *Yenlik, Alem, Aro*, становится их главным конкурентным преимуществом на мировых стриминговых площадках.

Важнейшим шагом на этом пути обновления искусства и культуры является радикальная трансформация образовательных программ в вузах искусств. Подготовка современных художников, дизайнеров, музыкантов и режиссеров должна обязательно включать в себя не только развитие узких художественных компетенций, но и формирование навыков проектного менеджмента, основ авторского права, финансовой грамотности, цифровых технологий и

международной коммуникации. Развитие сектора требует комплексного подхода, гармонично сочетающего государственную культурную политику, экономические стимулы и гибкие образовательные реформы. Запрос на специалистов нового типа остро фиксируется в сфере театрального искусства. Экспериментальные площадки, такие как арт-пространство «Трансформа», театр «АртиШОК», чьи постановки создаются на стыке перформанса, инклюзивных практик, иммерсивного театра и диджитал-арта, требуют междисциплинарных компетенций, находящихся на стыке режиссуры, IT-технологий и арт-менеджмента. Опыт данных независимых инициатив доказывает необходимость корреляции образовательных программ с реальными запросами рынка. Ответом на это со стороны академической среды стало открытие профильного направления «Креативный менеджмент» в Казахском национальном университете искусств имени Күләш Байсейітовой и Казахской национальной академии хореографии в г. Астана.

Для выявления специфики отечественной модели креативных индустрий целесообразно провести сопоставительный анализ казахстанской практики с устоявшимися мировыми стратегиями (моделями Великобритании, Южной

Кореи и США) по ключевым параметрам функционирования культурно-экономического поля.

1. Механизмы финансирования и государственного участия.

1.1. Зарубежный опыт. В *Великобритании* действует смешанная модель, где ключевым игроком выступает *Arts Council England*, распределяющий государственные гранты и средства Национальной лотереи по принципу «вытянутой руки» (независимость от политической конъюнктуры). В *Южной Корее* доминирует государственная модель: агентство *KOCCA* напрямую субсидирует экспортно-ориентированные секторы (К-Поп, дорамы). В *США* сектор полностью коммерциализирован и опирается на частные инвестиции, венчурные фонды и систему филантропических фондов.

1.2. Казахстанская практика. До недавнего времени отечественная модель характеризовалась гипертрофированным государственным патернализмом (прямое бюджетное финансирование государственных театров и филармоний). С принятием Закона 2026 года наметился дрейф в сторону южнокорейской модели с попыткой стимулирования частных инвестиций. Однако венчурные инструменты и грантовые системы поддержки независимого сектора (такого как арт-пространство «*Трансформа*» или

инди-лейблы) всё ещё находятся в зачаточном состоянии, что вынуждает независимых игроков опираться исключительно на краудфандинг и коммерческий самозакуп.

2. Структура производственных цепочек и дистрибуции.

2.1. Зарубежный опыт. Развитые рынки обладают жёстко структурированной агентской и дистрибьюторской сетью. В музыкальной индустрии *США и Великобритании* доминирует система мейджор-лейблов и развитых независимых сетей дистрибуции (например, *Believe, IDOL*), гарантирующих защиту авторских прав на глобальном уровне.

2.2. Казахстанская практика. Казахстан демонстрирует уникальный феномен «скачкообразного» развития, минуя этап создания классических институтов физической дистрибуции и переходя сразу в цифровой формат. Проект *OYU* и лейбл *ANYZ* фактически создали альтернативную медиа-инфраструктуру, которая заменяет собой традиционные институты продвижения. Тем не менее, в отличие от Южной Кореи, где экспорт контента системно поддерживается на государственном уровне (феномен *К-поп*), глобальный успех ведущих казахстанских амбассадоров (кейс Димаша Кудайбергенова или гастрольная география группы «Туран») пробивается на международный рынок

преимущественно за счет органического интереса аудитории и индивидуальных продюсерских решений, что подчёркивает необходимость институционализации экспортных цепочек под эгидой нового закона.

3. Интеграция национального компонента (Символический капитал).

3.1. Зарубежный опыт. *Южная Корея* успешно провела глобализацию локального контента через концепт «халлю» (корейская волна), где национальные элементы адаптированы под западные поп-стандарты. Западная модель (*Великобритания*) делает упор на мультикультурализм и инклюзивность, декоммерциализируя классическое наследие.

3.2. Казахстанская практика. В РК наблюдается становление подлинного постколониального арт-предпринимательства. Если государственные институты, например, «*Астана Балет*» используют стратегию высокотехнологичного синтеза традиций и неоклассики, а Алибек Кайырбек расширяет географию присутствия инструментального искусства через новые медиаформаты, то независимый сектор (*Qazaq Indie*) работает с национальной идентичностью на уровне глубинных смыслов и текстов. Это сближает казахстанский опыт с латиноамериканскими и

африканскими стратегиями деколонизации культуры, где локальный контекст противопоставляется глобальной унификации.

Заключение. Проведённое исследование показало, что креативные индустрии в сфере искусства и культуры в Казахстане находятся на важнейшем этапе перехода от фрагментарных форм активности к формированию системной индустриальной модели. Несмотря на высокий культурный потенциал, уникальный пласт исторического наследия и бурный рост независимых инициатив, отрасль креативной арт-индустрии всё ещё остро нуждается в устойчивой инфраструктуре, способной обеспечить регулярное воспроизводство, масштабирование и международную конкурентоспособность отечественного интеллектуального и художественного продукта.

Анализ теоретических подходов позволил интерпретировать креативные индустрии как специфическое культурно-экономическое поле, где ключевую роль играет трансформация символического капитала в реальный ресурс развития общества. В казахстанских реалиях этот процесс сдерживается инфраструктурной несформированностью цепочек.

Творческий труд всё ещё во многом индивидуализирован, тогда как (близкой к англо-американскому опыту), отечественная индустрия современная индустрия требует демонстрирует высокие темпы развитых профессиональных сетей, коммерциализации символического регламентированных процессов капитала. Кейсы мирового признания дистрибуции и устойчивых бизнес-Димаша Кудайбергенов, моделей. масштабирование этно-фолк

Сопоставительный анализ с традиций группой «Туран», а также международной практикой показал, новые перформативные медиа-что Казахстан формирует стратегии (проекты ОҮУ, арт-специфическую гибридную модель перформансы Алибека Кайырбека) развития креативного сектора. доказывают, что глубокая интеграция Сочетая элементы государственного национальных культурных кодов в регулирования (характерные для глобальный контекст является азиатской модели) с цифровой жизнеспособной стратегией автономией независимого сектора постсырьевого развития.

Таблица 2. Ключевые стратегические направления развития креативных индустрий в сфере искусства и культуры в Казахстане (с учётом компаративного анализа)

№	Направление	Основное содержание	Ожидаемые результаты
1	Институционализация отрасли	Формирование нормативно-правовой базы; запуск прозрачной системы статистического учёта; внедрение налоговых и финансовых механизмов поддержки на основе опыта агентств уровня КОССА и Arts Council.	Повышение прозрачности сектора; рост инвестиционной привлекательности; легитимация творческого бизнеса в национальной экономике.
2	Развитие профессиональной инфраструктуры	Создание сети независимых агентов, продюсерских центров, современных платформ дистрибуции контента (масштабирование опыта экосистем вроде ОҮУ / АНУЗ) и	Профессионализация рынка; усиление коммерциализации творческих продуктов; выстраивание полноценных производственных цепочек.

		региональных арт-кластеров.	
3	Реформирование образовательных программ	Интеграция предпринимательских, управленческих, юридических и цифровых компетенций в систему подготовки кадров; масштабирование пилотных программ по типу «Креативная арт-индустрия» Казахской национальной академии хореографии.	Выпуск специалистов нового типа (арт-менеджеров, продюсеров); повышение конкурентоспособности казахстанских кадров на мировом рынке.
4	Международная интеграция	Активное участие в глобальных культурных сетях, выставках и биеннале; развитие копродукции; системный экспорт отечественных цифровых и сценических продуктов на мировые рынки с опорой на кейсы глобального продвижения брендов уровня <i>Димаша Кудайбергена</i> и ансамбля «Туран».	Расширение экспортного потенциала; усиление культурной дипломатии; повышение узнаваемости современного искусства Казахстана.

5	Формирование новой модели идентичности	Ориентация на ценностную коммуникацию с глобальной аудиторией через реконтекстуализацию национальных кодов и поддержку практик деколонизального арт-предпринимательства (медиа-перформансы, кросс-секторальные арт-инициативы).	Укрепление уникального культурного бренда страны; рост символического капитала Казахстана на международной арене.
---	---	---	---

Креативные индустрии в сфере искусства и культуры способны стать одним из ключевых драйверов постсырьевой трансформации и диверсификации экономики Казахстана. Важнейшим историческим шагом в этом направлении стало подписание Главой государства К.-Ж. К. Токаевым 18 марта 2026 года Закона Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам поддержки и развития креативных индустрий»¹⁶.

Данный документ официально выводит креативный сектор в ранг самостоятельной, экономически и стратегически важной отрасли. Закон существенно расширяет понятийный аппарат, вводит реестр представителей креативных индустрий, чётко разграничивает полномочия центральных и местных исполнительных органов, закрепляет права творческих работников и прописывает прозрачные механизмы привлечения частных инвестиций. Кроме того, предусмотрены действенные меры по вовлечению молодежи в творческое предпринимательство и оптимизировано использование инфраструктуры государственных учреждений культуры для нужд независимых креативных пространств. Реализация норм данного Закона призвана кардинально повысить конкурентоспособность отечественной культуры, обеспечить системное развитие креативных индустрий и способствовать

¹⁶ Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам поддержки и развития креативных

индустрий», 18 марта 2026 г. Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет».

продвижению национальных предпосылки для формирования в ценностях в глобальном мире. Казахстане устойчивой креативной Системная институционализация, экосистемы, где уникальный профессионализация управления, творческий потенциал нации успешно глубокие образовательные реформы и трансформируется в социально и смелая международная интеграция экономически значимый культурный создают все необходимые продукт.

Список использованных источников:

1. Алиева, А. 2024. «Постколониальное предпринимательство в сфере искусства в Центральной Азии: переосмысление этнических кодов в современном дизайне». *Журнал культурного наследия и творческих индустрий* 12 (2): 145–159.
2. Рэдклифф-Браун, А.Р. 2008. «Взгляд Уайта на науку о культуре». *Личность. Культура. Общество* 10 (3–4 [42–43]): 75–86.
3. Хокинс, Джон. 2011. *Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги*. Перевод с английского И. Щербаковой. Москва: Классика-XXI.
4. Adorno, Theodor W., and Max Horkheimer. 1947. *Dialectic of Enlightenment*. Amsterdam: Querido.
5. Bourdieu, Pierre. 1986. "The Forms of Capital." In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, edited by John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood Press.
6. Florida, Richard, and Jackson Scott. 2010. "Sonic City: The Evolving Economic Geography of the Music Industry." *Journal of Planning Education and Research* 29: 310–321. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354453>
7. Hesmondhalgh, David. 2019. *The Cultural Industries*. 4th ed. London: Sage.
8. Hou, Yumeng, Sarah Kenderdine, Davide Picca, Mattia Egloff, and Alessandro Adamou. 2022. "Digitizing Intangible Cultural Heritage Embodied: State of the Art." *Journal on Computing and Cultural Heritage* 15. <https://doi.org/10.1145/3494837>
9. Kraus, Sascha, Paul Jones, Norbert Kailer, Astrid Weinmann, Natalia Chaparro-Banegas, and Norat Roig-Tierno. 2021. "Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research." *SAGE Open* 11 (3).
10. Moore, Ieva. 2014. "Cultural and Creative Industries Concept: A Historical Perspective." *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 110: 738–746. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918>

11. Münster, Sander, Ferdinand Maiwald, Isabella di Lenardo, Juha Henriksson, Antoine Isaac, Manuela Milica Graf, Clemens Beck, and Johan Oomen. 2024. "Artificial Intelligence for Digital Heritage Innovation: Setting up a R&D Agenda for Europe." *Heritage* 7 (2): 794–816. <https://doi.org/10.3390/heritage7020038>
12. Ost, Christophe, and Rami Saleh. 2021. "Cultural and Creative Sectors at a Crossroad: From a Mainstream Process towards an Active Engagement." *Built Heritage* 5 (14). <https://doi.org/10.1186/s43238-021-00032-y>

References:

1. Alieva, A. 2024. «Postkolonial'noe predprinimatel'stvo v sfere iskusstva v TSentral'noj Azii: pereosmyslenie ehnicheskikh kodov v sovremennom dizajne». *Zhurnal kul'turnogo naslediya i tvorcheskikh industriy* 12 (2): 145–159. (In Russ.).
2. Rehdikliff-Braun, A. R. 2008. «Vzglyad Uajta na nauku o kul'ture». *Lichnost': Kul'tura. Obshchestvo* 10 (3–4 [42–43]): 75–86. (In Russ.).
3. Khokins, Dzhon. 2011. *Kreativnaya ehkonomika. Kak prevratit' idei v den'gi*. Perevod s anglijskogo I. SHHerbakovoj. Moskva: Klassika-XXI. (In Russ.).
4. Adorno, Theodor W., and Max Horkheimer. 1947. *Dialectic of Enlightenment*. Amsterdam: Querido. (In Engl.).
5. Bourdieu, Pierre. 1986. "The Forms of Capital." In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, edited by John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood Press. (In Engl.).
6. Florida, Richard, and Jackson Scott. 2010. "Sonic City: The Evolving Economic Geography of the Music Industry." *Journal of Planning Education and Research* 29: 310–321. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354453> (In Engl.).
7. Hesmondhalgh, David. 2019. *The Cultural Industries*. 4th ed. London: Sage.
8. Hou, Yumeng, Sarah Kenderdine, Davide Picca, Mattia Egloff, and Alessandro Adamou. 2022. "Digitizing Intangible Cultural Heritage Embodied: State of the Art." *Journal on Computing and Cultural Heritage* 15. <https://doi.org/10.1145/3494837> (In Engl.).
9. Kraus, Sascha, Paul Jones, Norbert Kailer, Astrid Weinmann, Natalia Chaparro-Banegas, and Norat Roig-Tierno. 2021. "Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research." *SAGE Open* 11 (3). (In Engl.).
10. Moore, Ieva. 2014. "Cultural and Creative Industries Concept: A Historical Perspective." *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 110: 738–746. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.918> (In Engl.).

11. Münster, Sander, Ferdinand Maiwald, Isabella di Lenardo, Juha Henriksson, Antoine Isaac, Manuela Milica Graf, Clemens Beck, and Johan Oomen. 2024. "Artificial Intelligence for Digital Heritage Innovation: Setting up a R&D Agenda for Europe." *Heritage* 7 (2): 794–816. <https://doi.org/10.3390/heritage7020038> (In Engl.).
12. Ost, Christophe, and Rami Saleh. 2021. "Cultural and Creative Sectors at a Crossroad: From a Mainstream Process towards an Active Engagement." *Built Heritage* 5 (14). <https://doi.org/10.1186/s43238-021-00032-y> (In Engl.).

Авторлар туралы қысқаша мәлімет:

Шаймерденова Сауле Каиркеновна – философия ғылымдарының кандидаты, «Операторлық өнер, дыбыс режиссурасы және арт-менеджмент» кафедрасының доценті, Күләш Байсейітова атындағы Қазақ ұлттық өнер университеті, Астана қ., Қазақстан.

E-mail: kairken.94@mail.ru

Тел.: +7 707 859 88 00

Brief Information about the Authors:

Shaimerdenova Saule Kairkenovna – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of "Cinematography, Sound Engineering, and Art Management", Kazakh National University of Arts named after Kulyash Baiseitova, Astana, Kazakhstan.

E-mail: kairken.94@mail.ru

Tel.: +7 707 859 88 00

Краткая информация об авторах:

Шаймерденова Сауле Каиркеновна – кандидат философских наук, доцент кафедры «Операторское искусство, звукорежиссура и арт-менеджмент», Казахский национальный университет искусств имени Күләш Байсейітовой, г. Астана, Казахстан.

E-mail: kairken.94@mail.ru

Тел.: +7 707 859 88 00