

Ахапов Е.А., Баубекқызы Ж.

«Анимебизнесі»: жапон анимациясының тарихы мен аниме нарқына жалпы шолу

Соңғы жылдары жапон анимациясы шетелде де «аниме» деп атала бастады. Аниме кішкентай балаларға арналған комикстік фильмдер деген шектен асып, ересектер мен балалар – қос көрмennenің де көңілінен шығып отыр. «Анимені жай ғана комикс фильмі деп анықтау – оның бар тереңдігі мен әртүрлілігін дәл көрсете алмайды. Аниме туындысында роман, комедия, трагедия, оқиға секілді шетел көрремендері фильмдерде көргө үйреніп қалған барлық элементтер бар. Қазіргі кездегі еуропа-америка фильмдерінде көрсетілмейтін кейбір психологиялық тақырыптарды да көрсетеді» – дейді аниме зерттеуші Сюзан Дж. Нэпиа. Алайда, аниме Қазақстан тұрғындарының көшілігіне әлі де жат, «балаларға ғана арналған» деген қате түсінік жойылмаған. Осыған орай, мақалада жапон мәдениетінің бөлшегі – анименің тарихы және аниме нарқына жалпылай шолу жасалынады.

Түйін сөздер: жапон мәдениеті, поп мәдениет, жапон анимациясы, аниме, аниме нарқы.

Ahapov E.A., Baubekqyzy Zh.

«The anime business»: the history of anime and general review of anime's market

In recent years, overseas Japanese animation was called "anime". Anime has crossed the border, where it is called "comics for children" now has a high popularity among both adults and children. Define the anime "cartoon simple" - makes it impossible to show the variety of deep of anime. In the anime products have all the elements, like a novel, drama, tragedy, comedy, history, residents of foreign countries that used to watch movies. Anime affects some psychological topics that are not shown in the Euro-American movies "- says Susan J. Napier.. But for most people in Kazakhstan anime it is still children's cartoon "exclusively for children." In this regard, the article being acquainted, describes the anime as the one part of Japanese culture, anime stories and being a general overview on the anime market.

Key words: Japanese culture, pop culture, Japanese animation, anime, anime market.

Ахапов Е.А., Баубекқызы Ж.

«Аниме-бизнес»: история японской анимации и общий обзор рынка аниме

В последние годы зарубежом японская анимация стала называться «аниме». Аниме переступил границу, в которой ее называют «комиксами для детей», сейчас имеет высокую популярность как среди взрослых, так и у детей. Давая определение аниме, «простым мультильмам» нет возможности показать всю глубокость и разнообразие аниме. В произведениях аниме есть все элементы, как роман, драма, трагедия, комедия, история, которые жители иностранных стран привыкли смотреть в фильмах. Аниме затрагивает и некоторые психологические темы, которые не показываются в евро-американских фильмах», – рассказывает Сюзан Дж. Нэпиа. Но для большинства жителей Казахстана аниме все еще остается детским мультфильмом «исключительно для детей». В связи с этим в статье ведется ознакомление, рассказывается об аниме как одной части японской культуры, истории аниме и ведется общий обзор аниме-рынка.

Ключевые слова: японская культура, поп-культура, японская анимация, аниме, аниме-рынок.

**«АНИМЕБИЗНЕСІ»:
ЖАПОН
АНИМАЦИЯСЫНЫң
ТАРИХЫ МЕН АНИМЕ
НАРҚЫНА ЖАЛПЫ
ШОЛУ**

Жапон анимесі шетелде өте танымал болып, әлем теледидарларында көрсетілетін аниме бағдарламаларының 60%-ын жапон анимелері құрап отыр. Соның ішінде аса табысқа жеткен «Покемон» аниме сериялары 68 елде 25 тілге аударылып көрсетілді. Лицензиялық келісім бойынша жасалған тауарларды қоса, «Покемон»-мен байланысты тауарлар пайдаласының жалпы ауқымы 2000 млрд доллардан асады деп шамаланады. Жапон анимесі шетел киномотография туындыларына тигізген ықпалы зор деп көрсетеді Токио Университетінің профессоры Ясуки Хамано. Мәселен, «Терминатор 2» фильмінің құрылымына режиссер Кацуhiro Оотомоның «Акира» туындысының әсері мол. Джэймс Кэмерон мен Кацуhiro Оотомо жақын дос болды. Сонымен қатар, 2002 жылы Дисней студиясы жарықта шығарған «Лило және Стич» мультфильмінің режиссері өзінің Миязаки Хаяоның «Tonari no Totoro» туындысымен әсерленгенін жасырмайды [3, 45 бет].

Жапонияда 1917 жылы 10 минуттық аниме фильмі алғаш рет жасалып, көркем фильмімен бірге көрсетілді. Содан кейін, білім мен жарнаманы көздеген қысқа метражды аниме туындылары көптеп жарыққа келе бастады. Екінші Дүниежүзілік соғыстан кейінгі 1950 жылдың басында Дисней студиясының анимациялық туындыларында салынған ертегі елі көптеген көрмермендердің жүрегін жауап алды. 1956 жылы «Шығыстың Диснейі» атануды көздеген кино туындылардың көрсетілімін қамтамасыз ететін ірі ұйым болып табылатын Тоэй компаниясының кіші компаниясы ретінде Тоэй видео (қазіргі аты «Toei Animation») өмірге келді.

1963 жылы ең алғашқы теледидар сериясы «Темірқол Атом» алтасына 1 рет көрсетіletіn болды. Бұл туынды мангака (манга – жапон комикстерінің суретшісі) ретінде аса танымал Осаму Тедзука салған манганы (жапон комикстері) негізге ала отырып жарыққа келді. Теледидардағы алғашқы көрсетілімді өз қолына алған Тедзука компания ұсынған аз ғана суммаға да келісті. Туындыны жарыққа шығаруға жұмсалған – қаржыны барынша үнемдеу үшін 1 секундық бейненің бөлшектерін қыскартты. Дисней анимациялық фильмдері 24 бөлшектен жасалса, Тедзука оның үштен бір бөлігі 8 бөлшекке дейін азайтты. Ол Дисней туындылары тым женіл, оларға терендік

жетіспейді деп есептеді. «Темірқол Атом» үлкен жетістікке жетіп, жапон отбасыларының 40%-ы аталмыш анименің көрермені болды. Нәтиже-сінде, «Toei Animation» бейнекорпорациясы мен басқа да компаниялар аниме телесериалдарын жасауға кірісті.

Жапон аниме өндірісі ұзак уақыт ішінде белсенді әрі нық дами келе, 2005 жылы шамамен 234 млрд қолемінде табысқа жетті. 5 жылдың ішінде 47%-ға дейін өсуі байқалды. Аниме телесериалдарының жалпы нарқы ани-

мені жасауға жұмсалған өндіріс қаражатына негізделіп бағалады. Одан басқа аниме туындыларының нарықтық қолемі кинотеатрлардағы кассалық түсім мен соңғы өнімнің тұтынуышыға ұсынылған бағасына негізделеді (1-кесте) [5]. 2004 жылда Жапонияда анимациялық фильмдерінің 220-сы театрларда көрсетілді. Оның 72%-ы жапон өнімі, 28%-ы Дисней немесе Пиксар секілді шетел компанияларының туылдылары болды. Сол жылы 90-нан астам телесериалдары көрсетілді.

1-кесте – Жапонияның аниме нарқы

(бірлік: млрд. йен)

	Теледидар		Фильмдер		Video/DVD		Интернет жүктемелер	Жалпы
жыл	Коммерциялық телесериалар	Спутник және кабелді телесериалар	Жапон фильмдері	Батыс фильмдері	Сатылым	Жалға беру		
2000	36		25		98		0	159
					70	29		
2001	27		53		106		0	186
					75	31		
2002	24	6	38	15	152	44	0	214
	19		23	15	108			
2003	31	9	25	6	134		1	190
	22		19	6	95	39		
2004	34	11	62	17	130		1	226
	22		44	17	93	37		
2005	35	13	29	12	167	57	3	234
	22		17	12	110			

Жапон аниме нарқы (2005 жылдың нарық қолемі 234 млрд) 1) аниме телесериалары; 2) аниме фильмдері; 3) видео/DVD сатылым мен жалға беру; 4) интернет желісіндегі жүктелім де-ген 4 сегменттен тұрады.

Нарықтағы жағдайы

Аниме телесериалдары

Аниме телесериалдарының нарықтық қолемі 2005 жылда 35 млрдтың үнді құрады. Сол жылы аниме бағдарламалары теледидар бағдарламаларының жалпы қолемінің 6%-ын құрады. Апта сайын шамамен 90 аниме бағдарлары көрсетіліп, оның көбісі 30 минуттық бағдарлама болды. Кейінгі кездері тұн ортасындағы уақыт аралықта көрсетілетін бағдарламалардың саны көбейе бастады. Әрбір жапон отбасының құнделікті өмірін суреттейтін «Sazae san» 1969 жылы көрсетіле бастаған ең ұзак бағдарлама болып саналады. Жапонияның

шамамен 25%-ы аталмыш бағдарламаны көріп отыр.

Аниме фильмдері

Театрда алғашқы көрсетілімге шығатын аниме фильмдерінің нарықтық қолемі 2005 жылы 29 млрд үнді болды. Бірақ, соның алдыңғы жылы нарықтық қолем 62 млрд үндеге дейін жетіп, кинотеатрлардың жалпы кассалық түсім суммасының 30%-ын құрады. Аталмыш нарықта аз қолемдегі хит туындылары сатылым құнының едәуір көп бөлігін құрап отыр. Ал, 2004 жылы Джили студиясы шығарған «Hauru no ugoku shiro» атты толықметражды туындысы мен Дисней/Пиксар студиялары ұсынған «Finding Nemo» туындылары анимациялық фильмдердің жалпы кассалық түсім суммасының шамамен 50%-ына дейін табыс әкелді (2-кесте) [4, 97 бет]. Сонымен бірге, аниме фильмдерінің көбісі теледидарда табысқа жеткен аниме телесериалдарының жалғасы болатын туындылар.

Видео/DVD сатылым мен жалға беру 2005 жылы анименің видео және DVD нарықтық көлемі 167 млрд йендерді құрайды. Соның шамамен 70%-ы сатылым, қалғаны жалға беруден түсken пайда болды. Видео мен DVD өнімдерінің жаңа туындыларының үшеудің

ішіндегі біреуі аниме болды. Сонымен бірге, көптеп сатылған аниме видеолары/DVD туындыларының ішінде 35%-ы толықметражды аниме фильмдері, 47%-ы аниме телесериалдары, 14%-ы OVA (Original Video Animation) және тағы басқалары болды [4, 97 бет].

2-кесте – 2004 ж. жалпы кассалық түсім сүммасы TOP10

<i>(бірлік: млрд йен)</i>			
Атауы	Түсім сүммасы	Анимация	Компания
<i>Жапон кинофильмдері</i>			
1. <i>Hauru no ugoku shiro</i>	20.0	○	<i>Studio Ghibli</i>
2. <i>Sekai no chūshin de ai wo sakebu</i>	8.5	×	-
3. <i>Ima, ai ni yūkimasu</i>	4.8	×	-
4. <i>Gekijōban poketto monsuta</i>	4.4	○	<i>OLM</i>
<i>Adobansu generation Rekku no houmonsha Deokis</i>			
5. <i>Doraemon. Nobita no wamyan jikuuden</i>	3.1	○	<i>Shin'ei Douga</i>
6. <i>Meitantei Konan Ginyoku no Magishan</i>	2.8	○	<i>TMS Entertainment</i>
7. <i>Kwiru</i>	2.2	×	-
8. <i>Swing Girls</i>	2.2	×	-
9. <i>NIN×NIN ninja Hattori kun THE MOVIE</i>	1.9	×	-
10. <i>Han'ochi</i>	1.9	×	-
14. <i>Innocence</i>	1.0	○	<i>I.G.Production</i>
<i>Батыс кинофильмдері</i>			
1. <i>Last Samurai</i>	13.7	×	<i>AKШ</i>
2. <i>Harry Potter and the Prisoner of Azkaban</i>	13.5	×	<i>AKШ</i>
3. <i>Finding Nemo</i>	11.0	○	<i>AKШ/Дисней/Пиксар</i>
4. <i>The Lord of the Rings: The Return of the King</i>	10.3	×	<i>AKШ</i>
5. <i>Spiderman 2</i>	6.7	×	<i>AKШ</i>
6. <i>Day after tomorrow</i>	5.2	×	<i>AKШ</i>
7. <i>Troy</i>	4.2	×	<i>AKШ</i>
8. <i>I, Robot</i>	3.7	×	<i>AKШ</i>
9. <i>The Haunted Mansion</i>	3.4	×	<i>AKШ</i>
10. <i>Van Helsing</i>	2.8	×	<i>AKШ</i>

Ескерту: курсивнен жазылған туындылар – анимациялық фильмдер

Интернет желісіндегі жүктелім

Интернет желілеріндегі көрсетілім ауқымы әлі кең тараға қойған жоқ. 2005 жылы жылдық сатылым сүммасы 3 млрдтың құрап, алдыңғы жылмен салыстырғанда 3 есеге көтерілді. Тұтунушылар 30 минуттық аниме серияларының 1 сериясы шамамен 100 йен, толықметражды анимелерді шамамен 315 йенге сатып алады.

Аниме өндірістік компанияларының рөлі

Аниме өндірісі шеберлердің жеке қолөнер өнеркәсібі ретінде жарыққа келгеннен бері қазіргі таңға дейін әлі өзгере койған жоқ. Табысқа жетіп кіріс әкелетін аниме туындылары 100-

дің 10-ынан аспайды [5, 22 бет]. Аниме өнеркәсібі барлығы шамамен 430 кішігірім өндіріс орындарынан түрдү. Соның ішінде мердігерлік компания бола алуға қабілеттілері 30-40 шақтысы, қалғандары үлкен компаниялардың қосалқы мердігері болып жұмыс жасап жатыр. Ирі мердігерлік компаниялар туындының соңғы үлгісін телеарналар немесе фильмдері үйлестіру компанияларына жеткізіп түруга жауапты, ері өндіріс процесінің ауқымды бөлігін жүзеге асыру қыныа ие. Ал, қосалқы мердігер болып табылатын кішігірім компаниялар жұмыстың тек бір-екеуіне ғана кірісе алады. Өндірістік компаниялардың

көбісі ірі аниме компанияларынан бөлініп, же кешеленгендіктен, жасалынатын жұмыстардың тәртібі стандартталып, оңай бірлескен жұмыс жасауға мүмкіндік туды.

Америка мен Жапонияны аниме өндірісінде, жасауға кететін шығында біршама айырмашылық бар. Дисней, Пиксар сияқты Американың өндірістік компаниялары бір анимациялық фильмді жасау үшін 10 млрд йеннен астам сумманы пайдаланса, Жапонияның толықметражды анимесін жасауға кететін шығын бар-жоғы 100 млн йенге тең. Жапонияда ең көп сумманы пайдаланатын Джибли студиясы ұсынған туындылардың өзі 1-3 млрд йеннен аспайды.

Өндіріс жөніндегі комиссия

Жапонияда аниме өндіру жобаларының көп бөлігі Жапония нарқына тән үйім болып табылатын «Өндіріс жөніндегі комиссияның» бақылауымен жүзеге асып отыр. Аталған комиссия қаржатпен жабдықтау, жасалып біткен туындыларды түрлі арналарға жеткізу секілді жұмыстарды атқарады.

Жапония банктері көп жылдар бойы «soft» бизнесі («soft»-Коммерциялық телеарналар

Жапония теледидары тегін көрсетілімдегі коммерциялық телеарналар мен спутниктік және кабельді теледидардан тұрады. Коммерциялық телеарналардың бірі саналатын «Токио телеарнасы» ең көп аниме бағдарламаларын көрсететін арна болып есептеледі. Жалпы бағдарламалар санының 30-40%-ын құрайды. 1960 жылы алғаш рет аниме телесериалдарының көрсетілімі басталған кезде, телеарналардың қаржылық қамтамасыз етуі арқасында жасалған анимелер саны көп болды. Нәтижесінде, аниме бағдарламалардың көрсетілім құқығының 80%-ы мен лицензия құқығының 70%-ын телеарналар иеленіп отыр. [6, 27 бет]

Спутниктік теледидар

Спутниктік теледидарда 6 арнайы аниме телеарналары бар. 2005 жылы наурыз айында арналарды қостиған тұтынушылардың саны 20 млн отбасыға шақ келіп, алдыңғы жылмен салыстырғанда 19%-ға көбейген. Сонымен қатар, дәл сол бағдарламалар кабельді телеарналарда да көрсетіледі. Спутниктік және кабельді теледидарда анименің көрсетілуі аниме фанаттарының жыл сайын көбеюінен деп айтуға болады.

Жарнама агенттіктері

Жарнама агенттіктері телеарналардан жарнамаға берілетін белгілі бір уақытты сатып алып, демеуші үйімдарға сатып, сол үйімдар үшін жарнама жасап шығарады. Жапонияның жарнама агенттіктері дедал қызметін атқаратын

ықпалдылыққа ие мекеме деп саналса, Америка мен Еуропада дәл осы жұмыстарды атқаратын арнайы мекемелер болмайды. «Dentsu» мен «Hakuhodo DY Holdings» компаниялары Жапонияның ең ірі жарнама агенттіктерінің бірі. 2006 жылғы деректерге сүйенсек, «Dentsu» әлемдегі ең ірі жарнама агенттіктерінің тізімінде 5 орында тұр. Оның жалпы табыс суммасы 1 триллион 963 млрд йенге теңеліп отыр. Ал, «Hakuhodo DY Holdings» аталған тізімнің 8 орнына ие болып, табыс суммасы 1 триллион 111 млрд йен делинеді. [7]

Жарнама агенттіктері аниме жасау жобасында жетекші рөл атқарып, жұмысты тапсыратын аниме жасап шығаратын үйімдарды тандау жұмыстарымен айналысады. Кей кездері тапсырушылардан сол үйімның тауарларын сатуға арналған аниме бағдарламаларды арнайы жасап шығару талаптары қойылады. Мәселен, видео ойын өндіретін компанияларының ойынның кейіпкерлерін негізге ала отырып, аниме телесериалдарын жасауды тапсырыс етуі.

Кинопрокат үйімдары

Жапония кинопрокат үйімдарының ең ірі үшеулік болып саналатын «Toho», «Shochiku», «Toei» компаниялары 2004 жылы 314 кинофильмдердің 18%-ын қамтып, жалпы кассалық түсім суммасының 90%-ын құрады. Кинопрокат үйімдары үшін аниме стратегиялық маңызға ие. Себебі, Жапон кинофильмдерінің кассалық түсімі бойынша ең жоғарғы ондықтың жартысы аниме фильмдері болды. Кассалық түсімнің жалпы суммасының 30%-ын құрап отыр.

Видео/ DVD өндірушілері, сауда-саттық компаниялары

Аниме туындыларының ең ауқымды наркы болып видео/ DVD деп саналғандықтан, олардың өндірушілері де маңызды рөл атқарады. Ирі ойыншық өндіруші болып табылатын «Bandai» корпорациясының кіші компаниясы «Bandai Visual» видео/ DVD өндірушілердің арасындағы ең ірісі делинеді. 2006 жылы акпан айының сатылым пайдасы 28 млрд 4 млн йенге жетіп отыр.

Баспа

Аниме контентінің көбісінің түпнұсқасы манга болады. Ал манга контенті манга суретшісі – мангака мен манганы шығаратын баспалар иеленіп отырады. Соңықтан, аниме өндірісінің дамуымен бірге, манга баспалары да шапшаң ілгері дами бастады. Манга баспаларының ірілери «Shogakukan», «Kodansha», «Shueisha»-ның үшесінде апталық манга журналдарын баспаға шығарып отыр. 2006 жылы «Shogakukan»-ның табыс суммасы 148 млрд иенде құрап, 2004

жылы жеке манга томдарының 8800-ін, манга кітаптарының 6800-ін, журналдардың 69 түрін басып шыгарды.

Демеуші ұйымдар

Аниме телесериалдарының демеуші ұйымдарының көбісі ойыншықтар мен азық-түлік өнімдері секілді аниме кейіпкерлерін негізге алған заттарды жасап отыр. Аниме бағдарламаларының телеарна жарнамаларында аниме туындыларының кейіпкерлері қолданатын қару-жарақтарды қайталап жасаған ойыншықтар мен ішінде кейіпкерлердің карталары бар сағыздар секілді заттар жарнамаланады. Аниме кейіпкерлерін пайдаланып жасалынған тауарлар 1972 жылы сатылымға шыққаннан бастап аса танымалдылықта ие болды. Сонымен бірге, өнім мен бағдарламаларға тікелей қатысы болмаганымен де, өнімдердің сатылымын жеделдету үшін аниме кейіпкерлерді пайдалану мақсатында аниме бағдарламалардың демеушісі болатын ұйымдар да аз емес.

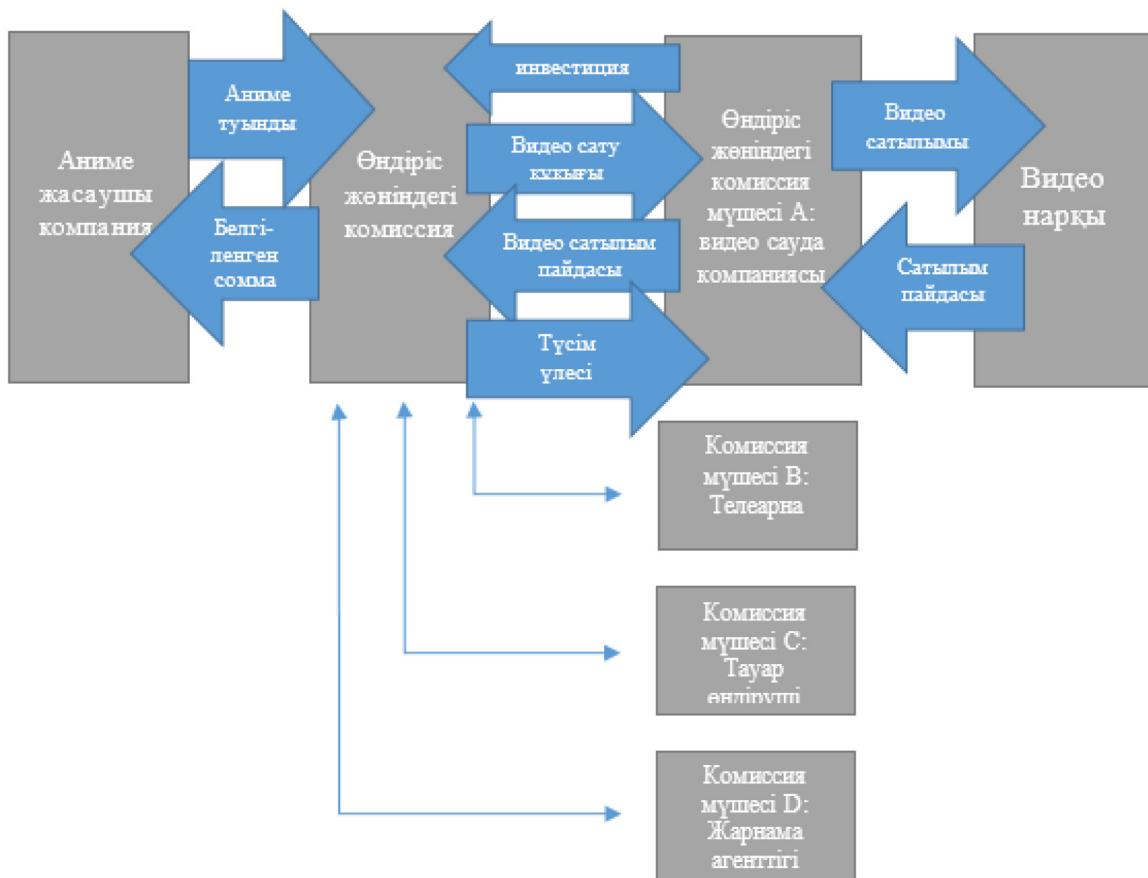
Өндіріс жөніндегі комиссия мүшелерінің арасындағы пайданы үйлестіру

Аниме жасау жобаларының әрқайсысына өндіріс жөніндегі арнайы комиссиясы

құрылады. Комиссияның әр мүшесі жобаны қаржыландырып, орнына келесідей құқықтарға ие болады: 1) салынған қаржы суммасына негізделген аниме туындының авторлық құқықтың үлесі; 2) телеарнадағы көрсетілім құқығы, видео/DVD өндірушінің видео/DVD сауда құқығы, арнайы мүшелердің арналар арқылы контентті айналымға енгізе алу құқығы (3-кесте) [5].

Көрермендердің көру жиілігінің жоғары уақыт аралығында (19:00-22:00 аралығы) көрсетілетін аниме телесериалдарының өндіріс жөніндегі комиссиясының құрамына телеарналар, видео/DVD өндірушілер, тұтынушыларға арналған тауар өндірушілері (демеуші), жарнама агенттіктері кіреді. Комиссия бағдарламаның жасалуына қатысатын өндірістік компаниялармен келісімге отырып, компанияларға шамамен 10-15 млн йенді белгілең, алдын ала төлейді. Кейбір кездері, авторлық құқықтың үлесін де ұсынады. Өндіріс жөніндегі комиссияның пайданы үлестіруі мен әр мүшелердің үлестік түсім суммасы да жобаның көлеміне байланысты әртүрлі болады.

3-кесте – Өндіріс жөніндегі комиссияның рөлі



Соңғы жылдары видео/DVD-дің сатылымы аниме жасау жобасының табысының ең көлемді бөлігі болып 50%-ды құрады. Видео/DVD өндірушілері қаржыландырғаны үшін, видео/DVD-ді жасау құқығына ие болып, олардың өндіріс құнын өтеуді өз міндеттіне алады. Сонымен бірге, видео/DVD өндірушісі сатылымнан түсікен пайдалан түрлі мүдделі тұлғаларға сыйакы (әдетте, пайда суммасының 2%-ы) төлейді. Төлем нысандары – түпнұсқа болып табылатын манганы салған суретші – мангака, аниме туындысын жасап шығарған аниме өндірістік компаниясы, видео/DVD өндірісі мен сатылымын реттейтін компаниялары болады. Сондықтан, өндіріс құны мен сыйакыны шегергенде тусім, яғни, видео/DVD сатылымының шамамен 30%-ы бастанық қаржыландыруға негізделіп, өндіріс жөніндегі комиссияның мүшелеріне үйлестіріледі.

Өндіріс жөніндегі комиссиясы тұтынушыларға арналған тауарлардың өндірушілерінен коммерциялауга деген құқықты мақұлдағаны үшін, әдетте 4%-дық лицензия құнын алады. Бұлдіршіндерге арналған аниме фильмдері болған жағдайда, өндіріс жөніндегі комиссияның пайда суммасының 20-30%-ын құрайды.

Өндіріс жөніндегі комиссиясы аниме фильмдерінің жасалынуында да ұқсас рөлдерді атқарады. Аниме фильмдерінің комиссиясына кинопрокат компаниялары да қосылып бірлесіп жұмыс жасайды. Аниме фильмдерінің жалпылай кассалық түсімінің 50%-ы кинотеатрдың басқармасына, 10%-ы кинопрокат компанияларына төленеді. Фильм таспаларының басып шығаруға кететін шығыны, жарнамалауға кеткен шығын, әртүрлі мүдделі тұлғаларға төленетін сыйакы (әдетте, түсімнің 2%-ы) секілді белгіленген сумманды шегергенде қалған сумма комиссияға ұсынылып, комиссия мүшелеріне үйлестіріледі.

Аниме өндірістік компанияларын жалпылай шолу

Toei Animation. «Шығыс Диснейі» атануды қөздең, алғаш рет «Тоэй видео» атымен 1956 жылы құрылған. «Toei Animation» Жапониядағы ең тарихы терең, ең ірі анимациялық студия болып саналады. 2006 жылы наурыз айының пайдасы 21 млрд 5 млн йенге тең болды. 2000 жылы желтоқсанда, аниме өндіруші компания ретінде алғаш болып тізімге енді. «Toei Animation» туындыларының көбі манга контентіне сүйене отырып жасалынған, туындылардың 90%-ын алғып отыр. Аталмыш студия әсіресе, «Dragon Ball», «Sailor Moon», «One Piece» секілді балаларға арналған анимелерге күш салып отыр. Толық-

метражды аниме фильмдерін өндірудегі ең ірі студия, әрі кинопрокат компанияның кіші компаниясы болғандықтан, аниме жасау жобаларының 25-35%-ын қаржыландырып, өндіріс жөніндегі комиссия мүшелігінің ең көп үлесіне ие болып отыр. Нәтижесінде, лицензия төлемінің пайдасы жалпы сумманды 30%-ын құрайды.

«Toei Animation» Филиппинде 100%-дық меншіктік кіші компания тұрғызды. Бұл компания «Toei Animation» студиясының өндірістік жұмыстарының 70%-ын жасап отыр. Сонымен қатар, Филиппинде кіші компания CG-ді қолдануда алдыңғы қатарда, әрі аниматорлар мен қойылым режиссерлерге білім беру үшін арналған мектепті де басқарып отыр. «Аталған компания прайм-тайм аралығында көрсетілетін балаларға арналған аниме бағдарламалармен қамтамасыз етуде тенденсіз компания болып табылады. Бірақ, аниме фильмдерді жасауда айтартықтай жетістіктерге жете қойған жоқ. Қызыметкерлердің жасампаздығын тәрбиелеу – ең қын мәселе» – дейді «Toei Animation» студиясының іс басқарушысы Хидэнори Оояма.

Studio Ghibli. «Studio Ghibli»-нің негізін, «Toei Animation» студиясында жұмыс істеген Исао Такахата мен Хаяо Миязаки «Tokuma» компаниясының қолдауымен 1985 жылы қалады. Такахата мен Миязаки баға мен уақыттың шектеулі болған аниме өндірісіне көңілдері толмай, құрделі психологиялық тақырыптағы, жан-жақты қөріністерді қолданған сапалы аниме фильмдерін ұсынғысы келді.

«Studio Ghibli» студиясының бір аниме туындысын жасауға жұмсалатын қаражат шамамен 1-3 млрд йен. Ал, өнеркәсіп аясының орта есеппен алғандағы қаражаты 200 - 300 млн деп есептеледі. Бұл «Studio Ghibli»-дің туындыларына кеткен қаражаттың ете қымбат екенин көрсетеді. Хаяо Миязакидің бастамасымен түсірілген «Sen to Chihiro no kamikakushi» (2001 ж., кассалық түсім 284 млн доллар), «Hauru no ugoku shiro» (2004 ж., кассалық түсім 187 млн доллар), «Mononoke Hime» (1997 ж., кассалық түсім 181 млн доллар) деген 3 аниме фильмдері Жапония кинематография тарихындағы ең жоғарғы кассалық түсім бойынша ТОП 5-тің қатарына кіреді. Сонымен бірге, «Sen to Chihiro no kamikakushi» 2003 жылы «Ең үздік толықметражды анимациялық фильм» үшін «Оскар» сыйлығына ие болды. Аниме өндірісінің мүшелерінің көбі, Миязаки бастаған топтың жасампаздығымен қатар, аталған туындыларды жасау үшін «Dentsu» мен «Hakuhodo», «Nihon Television», «Mitsubishi Corporation» секілді бе-

делді ұйымдардың қаржыландыруын біріктірген продюсер Тошио Сузукидің қабілеттілігі «Studio Ghibli»-дің табысқа жетуіне үлкен үлес қосты деген баға берді [5].

Production I.G. «Production I.G.» корпорациясының негізін аниме әлеміндегі беделді режиссер Мицухиса Ишикава қалады. Ол 1987 жылы аниматор Такаюки Готоумен бірлесіп корпорацияны дамытты. Бірақ, негізі қаланған жылдары «Production I.G.» ірі компанияларға жалданып қана жұмыс атқара алды. Анимациялық әлемде аты әйгілі режиссер Мамору Ошии 1989 жылы жарыққа әкелген «Patlabor» анимесінен кейін корпорация тағдыры мұлдем өзгереді. Аталған анимеден түсken пайда аса көлемді болмаса да, корпорация туындыларының сапасына өте жоғары баға берілді.

«Production I.G.» корпорациясының АҚШ-та танымал еткен ол – «Ghost in the shell» (1995 ж.) анимесі болды. Осы туындымен шабыттанған Энди және Лари Вачовски ағалы-інілі режис-

серлер «Матрица» фильмін түсіріп шығады. Тек олар ғана емес, әлем түпкірлерінде көптеген фанаттар пайда болды.

2005 жылы желтоқсан айында «Production I.G.» ресми турде жапон ірі аниме компаниясы деген атаққа ие болды.

Аталған жапон аниме өндірісінің ірі компаниялары арасындағы бәсекелес зор. Дегенмен, аниме нарқындағы кассалық түсім нәтижелеріне назар аударсақ, «Studio Ghibli»-дің бір қадам алда екенін байқауға болады. Бірақ, әр компания жапон аниме өндірісіне қосқан үлесі тенденсіз.

Жалпы, мақаланы қорытындылай келе, аниме тек жапон мәдениетінің бір бөлшегі ғана емес, ол сонымен бірге, Жапония нарқында маңызды рөл атқарып жатқан элемент деген тұжырымды айта аламыз. Жапон анимелері әлі де жеткілікті денгейде таныла қоймаған Қазақстан үшін бұған дейін жарияланбаған деректер көрсетілді деп айтуда болады. Және бұдан былай анимеге деген қызығушылық артады деп болжанады.

Әдебиеттер

- 1 アンドレイ・ハジウ, タルン・カナ, フェリックス・オバー・ホルツァー=ジー, 江川雅子, 遠山知里(2006)「プロダクション・アイジー:アニメというビジネス」『President and Fellows of Harvard College』9-707-454
- 2 Susan J. Napier, *Anime From Akira to Howl's Moving Castle*, Palgrave Macmillian, 2005, p.6
- 3 浜野保樹(2005)「模倣される日本」祥伝社, p.45
- 4 「情報メディア白書」(2006), p.97
- 5 «The Anime Biz, It's Transforming Japan's \$100 Billion Entertainment Industry: Can Anime Be the Next Big Export?», *Business Week*, June 27, 2005, p.22
- 6 経済産業省「コンテンツ産業政策」, p.27
- 7 広告代理店グローバル・ランキングの情報は米国の報告専門誌「Ad Age」, April 30, 2006

References

- 1 Andrei Hagiu, Tarun Khanna, Felix Oberholzer-Gee, Egawa Masako, Toyama Chisato(2006) «Production I.G.: Challenging the Status Quo»『President and Fellows of Harvard College』9-707-454】
- 2 Susan J. Napier, *Anime From Akira to Howl's Moving Castle*, Palgrave Macmillian, 2005, p.6
- 3 Hamano Yasuki (2005), 「Mohousarerunihon」Shodensha, p.45
- 4 Jouhou Media Hakusho (2006), p.97
- 5 «The Anime Biz, It's Transforming Japan's \$100 Billion Entertainment Industry: Can Anime Be the Next Big Export?», *Business Week*, June 27, 2005, p.22
- 6 Keizaisangyousho「Kontentsu sangyou seisaku」, p.27
- 7 Kouhokudairiten Global Ranking no JouhouwaBeikoku no houkokusenmonshi「Ad Age」, April 30, 2006