



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

6. Курбанов С.О. История Кореи. С древности до начала XXI века. - М.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2009. - 546 с.
7. История Кореи (Новое прочтение) / А. В. Торкунов [и др.] ; ред. А. В. Торкунов ; - М. : РОССПЭН, 2003. - 430 с
8. Корея в огне войны / И. М. Попов, С. Я. Лавренев, В. Н. Богданов. - -М. : Жуковский, Кучково поле, 2005. - 543 с.
9. Корея : / Сост.: С. В. Волков, Т. М. Симбирцева. - М. : "Муравей-Гайд, 2000. - 495,2 с.
10. Васильев, Л. С. История Востока : учеб. для вузов: В 2 т. / Л.С. Васильев. - М. : Высш. шк., 1998. - 332 с.
11. История войн / Авт.-сост. Н.Н.Головкова. - Ростов н/Д.; М. : Феникс: Зевс, 1997. - 286 с.
12. Вопрос о независимости Кореи. А/RES/112(11) от 14 ноября 1947 г.
13. Вопрос о независимости Кореи. А/RES/195(111) от 12 декабря 1948 г.
14. Вопрос о независимости Кореи. А/RES/293(IV) от 21 октября 1949 г.
15. Декларация- во имя- развития межкорейских отношений, мира и процветания от 4 октября 2007 года Сеульский вестник // <http://vestnik.kr/nk/north-south/3024.html> 18.05.09

УДК 339.9

ВЛИЯНИЕ ХАЛЛЮ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

Шешембекова Мадина Маратовна

sheshembekovam@gmail.com

Студент 4 курса факультета Международных отношений,
кафедры Востоковедение ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан
Научный руководитель – А.М. Азмуханова

Республика Корея, которая в 1950-х годах являлась одной из беднейших стран мира, в 1996 году вошла в число участников Организации Экономического Сотрудничества и Развития, что подтверждало статус Южной Кореи как страны с развитой индустриальной демократией, а на сегодняшний день она является великой индустриально державой и седьмой страной в топе крупнейших мировых экспортеров [1, стр. 63]. Что же послужило двигателем прогресса?

В данной статье бум мультимедийной индустрии Южной Кореи в середине 90-х, эпохи которого с новой силой распространяется и по сей день, будет рассматриваться как одна из причин популяризации страны на международном информационном рынке, что в дальнейшем сыграло значительную роль в экономическом развитии и политической жизни государства.

1. Халлю: история вопроса

«Азию накрыла волна продукции популярной культуры Южной Кореи. Молодежь в Китае, Сингапуре, Гонконге, Тайване, Японии, так же, как и в Камбодже, Вьетнаме, Филиппинах, Индонезии и Малайзии благоговеют от вида и музыки корейских исполнителей Н.О.Т., S.E.S., Shinhwa, god и JTL.» [2, стр. 31]. Фанаты, исследователи, предприниматели, политические деятели были поражены, взволнованы и горды неожиданным взрывом популярности корейской культуры, изначально малораспространенной, в соседних странах. В особенности ажиотажем вокруг корейской поп-музыки в Китае. Отсюда берет начало история К-рор-а и халлю, такая, какую мы ее знаем сейчас. Большинство людей ошибочно считают «халлю» лишь южнокорейской популярной музыкой и сериалами. Однако это понятие охватывает намного более широкий спектр корейской культуры, который основывается на первичной популярности именно корейской поп-музыки и мильных опер [3, стр. 6].

Более точно, халлю - феномен популярной культуры Кореи, которая вступила в моду в Юго-Восточной Азии и материковом Китае в конце 1990-х годов. Переводсамого слова халлю (한류) с корейского языка - «корейская волна». Изначально этот термин охватывал такие области, как ТВ-шоу, песни в жанре поп, но в дальнейшем, по словам парламентской исследовательской группы по изучению культуры и туризма Кореи: «Значение Халлю все больше расширяется, включая в себя элементы образа жизни: еду, моду, спорт и так далее» [6, стр. 1]. Как говорит Вин Визор в статье «WhatHipAsiansWant», со временем термин халлю стал использоваться для определения всего, что связано с Кореей: от еды и музыки до специфичного макияжа бровей и стиля в обуви [5, стр. 1]. Это культурное явление тесно связано с многослойными транснациональными движениями людей, информации и потоков капитала в Восточной Азии [4, стр. 1]. Донг-ХванКвон включает в сферу Халлю экспорт корейских «технологических товаров» в другие азиатские страны [7, стр. 1]. В заключение можно сказать - на сегодняшний день термин Халлю используется для описания настолько многих вещей, что его фактическое значение трудно обозначить, кроме как назвать им весь воспринимаемый успех чего-либо корейского.

2. Влияние Халлю на экономику и туризм.

Азия не рассматривалась Южной Кореей как основной рынок в течение многих десятилетий из-за их изначальной направленности на сотрудничество с Западом. Азия была для них невидимым темным регионом потому, что целевой аудиторией для большинства продукции являлись развитые страны, то есть западный рынок. Однако, как и многие азиатские страны, такие как Япония и Тайвань, Корея обратила свое внимания на азиатский рынок в конце 1990-х, после игнорирования его с 1960-х. Япония была крупнейшим импортером корейского телевизионного контента, состоящего преимущественно из телевизионных мыльных опер. Однако с начала 2000-х годов Китай и Гонконг сместили Японию с этой позиции, тем самым уменьшив ее относительную важность. Соответствующие доли корейского телевидения в 2014 году в Японию, Китай и Гонконг составляют 25%, 18% и 17% соответственно. Эти цифры демонстрируют как экспорт, когда-то начавшийся в Японии, теперь распространился на Китай и другие азиатские страны. Хотя эти данные географически ограничены Восточной Азией, в последние годы, относительно небольшое количество телевизионного контента Кореи достигло также и Америки и многих стран Европы и Ближнего Востока [8, стр. 1]. По состоянию на конец 2014 года согласно Корейской Комиссии Связи экспорт телевизионного контента Кореи, по сравнению с 2002 годом, вырос более чем в десять раз до \$313,8 млн. и составил около двух третьих от всего экспорта Кореи, тогда как импорт всего удвоился примерно до \$59,3 млн [9, стр. 5].

Согласно Форуму по стратегии будущего Халлю (2012г.), Халлю стоит \$5.6 млрд. в стоимостном соотношении и \$95млрд. , если считать в стоимости активов. [14, стр. 525] Положительные эффекты Халлю можно резюмировать в четырех пунктах: (1) ежегодный рост доходов индустрии культуры; (2) растущий интерес к корейской культуре; (3) увеличение продаж корейской продукции и (4) увеличение числа туристов, посещающих Корею по целому ряду причин.

Корейская индустрия туризма считается одним из основных бенефициариев Халлю. С 2010 года наблюдается заметный скачок в посещаемости туристами, и этот показатель растет в среднем на 10% в год. По словам Корейской организации туризма, в 2001 году туристы из Азии составляли около 75% от общего числа иностранных туристов. В 2016 году туристы из Азии составили около 85% от общего числа (17,24 млн. посетителей). [9, стр. 6] Многие журналисты и исследователи придерживаются мнения, что эту тенденцию задает влияние Халлю. Доказательством такой тенденции является увеличение популярности известной корейской мыльной оперы «Зимняя соната» за пределами страны. В 2003 году Пак Ён Су, помощник начальника Корейской Национальной Организации Туризма сказал: «Благодаря успеху таких шоу, как “Осень в моем сердце” и “Зимняя соната”, количество туристов из Китая, Тайваня, Гонконга, Сингапура, Малайзии и Таиланда, приехавших ради того, чтобы

посетить места, в которых проходили съемки, составило 130 000 человек» [11, стр. 2]. В связи с ростом так называемого «Халлю-туризма» страна даже былареконструирована в небольших масштабах, чтобы соответствовать образу Кореи, который был распространен за пределами страны. Корейской Организацией Туризма был разработан официальный вебсайт, содержащий информацию специально для Халлю-туристов [10, стр. 52]. ‘HelloHallyu’ включал в себя подробную информацию о локациях, в которых проходили съемки корейских халлю драм, таких как «Осень в моем сердце», «Зимняя соната», «Драгоценный камень во дворце» и других. Корейские туристические агентства сразу же воспользовались этой возможностью, создав многочисленные маршруты, предназначенные, в частности, для японских туристов. Местные власти также не остались не у дел. В мае 2007 года городской совет города Сеул открыл «Дом Четырех Сезонов», который воспроизводил некоторые моменты из серии «четыре сезона» (включающую в себя сериалы «Осень в моем сердце» и три его продолжения). Вдобавок, в доме проходят мероприятия, наподобие музыкальных концертов, на которых исполняются песни из сериала, встречи с актерами, а также подписание автографов.

Таблица 1. Количество прибывших международных туристов 2004-2013 гг.

Год	Количество прибывших	Прирост, %
2004	5,818,138	22.4
2005	6,022,752	3.5
2006	6,155,047	2.2
2007	6,448,240	4.8
2008	6,890,841	6.9
2009	7,817,533	13.4
2010	8,797,658	12.5
2011	9,794,756	11.3
2012	11,140,028	13.7
2013	12,100,009	8.6

После того, как количество международных туристов переросло рекордную отметку в 10 млн человек в 2012 году, туризм был признан одним из важнейших секторов экономики.

3. Влияние Халлю на политику.

"Когда президент Но Му Хён пригласил премьер-министра Вьетнама Фан Ван Хая и его делегацию на обеденную встречу в сентябре прошлого года, произошло кое-что неожиданное. После короткой тишины, вьетнамские чиновники встали и начали выстраиваться один за другим перед женщиной, прося ее подписать их меню. Та женщина была актрисой Ким Хюн-джо, героиней телевизионной драмы SBS TV "Хрустальная туфелька" (Yurigudu), которая транслировалась на вьетнамском телевидении в мае 2003 года. Актриса стала известна во Вьетнаме после того, как эта драма стала крупным хитом. Суматоха за обедом прекратилась только после того, как корейский глава пообещал всем автограф актрисы после обеда. Центром внимания за обедом, по-видимому, были не президент Но или премьер-министр Хай, а актриса Ким, показавшая, что «корейская волна» может быть сильнее дипломатии." [12, стр. 1]

Г-н. Президент, я должен признать, что сегодня многие сингапурцы контактируют с корейской культурой в повседневной жизни - от Линий Быстрого Массового транзита, построенных корейскими компаниями до корейских мобильных телефонов и корейских драм, которые они [сингапурцы] смотрят по телевидению, что, как мне сообщают, становится все более популярными среди молодых людей. Все большее количество сингапурцев, к тому же, проводят свой отпуск в Корее, привлекаемые прекрасной осенью и отличными горнолыжными курортами. Мы надеемся, что большая часть корейского

населения так же посетит Сингапур. Хотя у нас нет таких романтических осенних и горнолыжных курортов, я уверен, что многие корейцы найдут другие развлечения в нашей многокультурной среде.

От Президента Сингапура С. Р. Натана президенту Но МуХёну, 2003 г. [12, стр. 2]

«История ведёт к тому, что все началось, когда советник предложил корейскому президенту Ким Ён Су статистику, открывающую глаза на многое. Как сообщили президенту, прибыль от фильма "Парк Юрского периода" Стивена Спилберга могла сравниться с экспортом 60 000 автомобилей Hyundai. Заманчиво? Итак, три года назад правительство изменило Закон о кинофильмах в стране, в результате чего эта индустрия вышла из финансовой ямы с налоговыми льготами, которая ранее отрицала всех, кроме самых крупных производителей». [13, стр. 1]

Начало Халлю может быть прослежено вплоть до расцвета художественного выражения в Корее после процесса политической либерализации и повышения уровня жизни в конце 1980-х годов. Увеличение художественного и медиа-пространства привело к более высоким стандартам в сфере развлечений, поскольку компании стремились опередить друг друга и побороть конкуренцию со стороны иностранного экспорта. Финансово-экономические факторы в начале 1990-х годов также способствовали росту индустрии развлечений. В начале 1990-х годов киноиндустрия уже смогла получить финансирование от корейских конгломератов. Экономические факторы, такие как растущее влияние среднего класса, в результате десятилетий экономического роста, подогрели спрос на развлечения, которые способствовали расширению индустрии поп-культуры. По иронии судьбы азиатский финансовый кризис в 1997 году, который урезал «традиционные» источники доходов индустрии развлечений, вызвал подъем независимых студий и производственных компаний. В то же время индустрия развлечений в целом также стремилась следить за поддержкой государством своих рынков.

Успех телевизионных сериалов проложил путь экспорту корейской музыки. Музыкальная сцена в Корее стала более динамичной в 1990-х годах с требованием живых представлений в кафе и клубах, а также сильным развитием альтернативной музыки в молодежном районе Синчон, Сеул. Корейская молодежь, которая была подвержена таким известным и широкомасштабным жанрам популярной музыки, как хип-хоп, регги и европейская танцевальная музыка, изобрела вариации такой музыки для корейской аудитории. СеоТайцзи, один из самых успешных исполнителей поп-музыки в 1990-х годах, посредством рэпа и других популярных музыкальных стилей раскрывал такие серьезные темы, как давление корейской образовательной системы и социальные проблемы: побег подростков и политическая коррупция [12, стр. 214]. В конце 1990-х годов корейская музыкальная продукция становилась все более продвинутой с точки зрения производства музыкального видео, дизайна альбома и музыкальных технологий в целом. К таким детально продуманным и технологически обеспеченным проектам можно отнести корейскую певицу ВоА, группы CLON, H.O.T. и S.E.S.

Учитывая успех корейской волны и ее звёзд в бесплатном продвижении имиджа Кореи, неудивительно, что корейское правительство решило использовать Халлю в национальных интересах на политическом уровне. Так, например, в 2004 году корейское правительство сыграло роль в экспорте телевизионных драм, включая уже популярные на тот момент «Осень в моем сердце», «Зимняя соната» и «Драгоценный камень» во Дворце / DaeJang-geum в Египет. Правительство заявило, что этот культурный обмен поможет укрепить положительный имидж Кореи и улучшить отношения между двумя странами как раз в то время, когда Южная Корея собирается отправить большее количество войск в Ирак. [12, стр. 216] Это были первые корейские телевизионные драмы, которые когда-либо показывались на Ближнем Востоке, и, что еще важнее, учитывая международный политический климат того времени, этот шаг сознательно был сделан так, чтобы служить дипломатической функции - экспорт, призванный передать добрый характер корейцев и оправдать отважное намерение страны участвовать в военных действиях.

Поскольку Халлю все чаще рассматривается как важный аспект того, как Корея рассматривается и продвигается за рубежом, обратная сторона медали заключается в том, что национальная гордость может быть задета, а Корея может быть представлена в менее лестном свете в ситуациях, когда Халлю содержит элементы, которые, очевидно, запятнают репутацию страны. Это показывает, что неотъемлемой частью жизни Халлю-звезд является их принадлежность государству. Независимо от того, насколько всемирно популярна звезда, прежде всего он/она - гражданин своей страны.

Список использованных источников

1. B. Eichengreen, Lim W.H., Park Y.C., Perkins D.H., *The Korean economy: from a miraculous past to a sustainable future*, Massachusetts: Harvard University Asia Center, 2015.
2. Dator J., Seo Y. S., «Korea as the Wave of a Future: The Emerging Dream Society of Icons and Aesthetic Experience,» *Journal of Futures Studies*, т. 9, № 1, pp. 31-44, 2004.
3. Lee S. J., Nornes A. B., *Hally 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 2015.
4. K. Bok-rae, «Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave),» *American International Journal of Contemporary Research*, т. 5, № 5, 2015.
5. D. Visser, «What Hip Asians Want: A Little Bit of Seoul,» *The Washington Post*, 10 March 2002. [В Интернете]. Available: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2002/03/10/what-hip-asians-want-a-little-bit-of-seoul>.
6. Korean Parliamentary Culture and Tourism Research Group, «Suggestions on Strategic and Supportive Methods to Aid the Sustainability of Hallyu,» *The National Assembly Of The Republic Of Korea*, 2005.
7. Dong-Hwan Kwon, «Is It Too Early to Talk about “Hallyu” in the Philippines?: Koreanovela and Its Reception Among [the] Filipino Audience,» *Cultural Space and Public Sphere in Asia: an International Conference*, т. http://asiafuture.org/csps2006/01program.html, p. The Institute for Communication, 2006.
8. «South Korean soap operas hook foreign audiences,» *Financial Times*, 2013.
9. Chan-Guk Huh and Jie Wu, «Do Hallyu (Korean Wave) Exports Promote Korea’s Consumer Good Exports?,» *Emerging Markets Finance and Trade*, 2017.
10. Jeongmee Kim, «Why Does Hallyu Matter? The Significance of the Korean Wave in South Korea,» *Critical Studies in Television*, т. 2, № 2, 2007.
11. Doobo Shim, «Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia,» *Media, Culture & Society*, т. 28, № 1, pp. 25-44, 2006.
12. Kelly Fu Su Yin and Kai Khiun Liew, «Hallyu in Singapore: Korean Cosmopolitanism or the Consumption of Chineseness?,» *Korea Journal* 45:4, т. 45, № 4, 2005.
13. Alison Dakota Gee and Whitney Mason, «Cinema: On the road to recovery. Changing times for Korean filmmakers,» *Asia Week*, 2000.
14. Sangkyun Kim & Chanwoo Nam, «Hallyu Revisited: Challenges and Opportunities for the South Korean Tourism,» *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, т. 21, № 5, 2016.