

# К о р е й т о л қ ы н ы : Х а л л ю д і ң К о р е я Э К О Н О М И К а с ы н а ә с е р і

---

Ә л Ф а р а б и а т ы н д а ғы Қ а з а қ ұ л т т ы қ у н и в е р с и т е т і  
Ш ы ғы с т а н у ф а к у л ь т е т і, Ш ы ғы с т а н у м а м а н д ы ғы,  
2 к у р с с т у д е н т і Б о л а т А л ь б и н а



# 1 ХАЛЛЮДИҢ ПАЙДА БОЛУ АЛҒЫШАРТТАРЫ

## 1.1 Халлю ұғымының пайда болуы және таралуы

Халлю немесе «Корей толқыны» – біздің заманымыздың қайталанбас құбылысы. Бұл феноменді дамыта отырып, Оңтүстік Корея экономика мен туризмде әсерлі нәтижелерге қол жеткізді. Сол себепті де әлемнің түкпір-түкпіріндегі зерттеушілер үшін бүкіл әлемді жаулаған корей мәдениетінің танымалдылығының сыры бүгінгі күнге дейін ең өзекті әрі белсенді талқыланатын тақырыптардың бірі.





## 1.2 Халлюдің әлемге тигізген әсері

2009 жылы Мәдениет, спорт және туризм министрлігінің «Хан стилі» жобасы жүзеге асырылды, ол оның әртүрлі аспектілерін коммерцияландыруды көздейді:

- хангыль әліпбиі (сүйікті әртістеріңіз бен әншілеріңіз үйрететін арнайы тіл курстарын сату);
- хансик тағамдары (өнімдерді сату және драмалық фильмдердің пакеттерінде суреті бар рецепттер);
- ханбок киімдері (актерлердің тарихи драмаларында киген ұлттық киімдерді сату);
- ханок үйлері (дәстүрлі корей үйлері, дорамалар түсірілген жерлерді туристтік жерге айналдыру);
- ханжи - дәстүрлі тұт талшығынан жасалған қағаз;
- хангук ымак - музыка (музыкалық альбомдар, белгілі бір топтың бренді бар тауарлар, шетелдіктер үшін қонақүйді брондау арқылы концерттік билеттерді сату).



## 2 КОРЕЙ ТОЛҚЫНЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ОҢТҮСТІК КОРЕЯ ЭКОНОМИКАСЫНДАҒЫ РӨЛІ

### 2.1 Дорама және кино саласындағы халлю рөлі



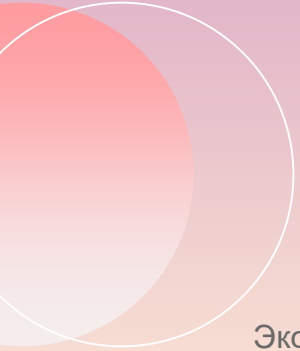
Топ-10!



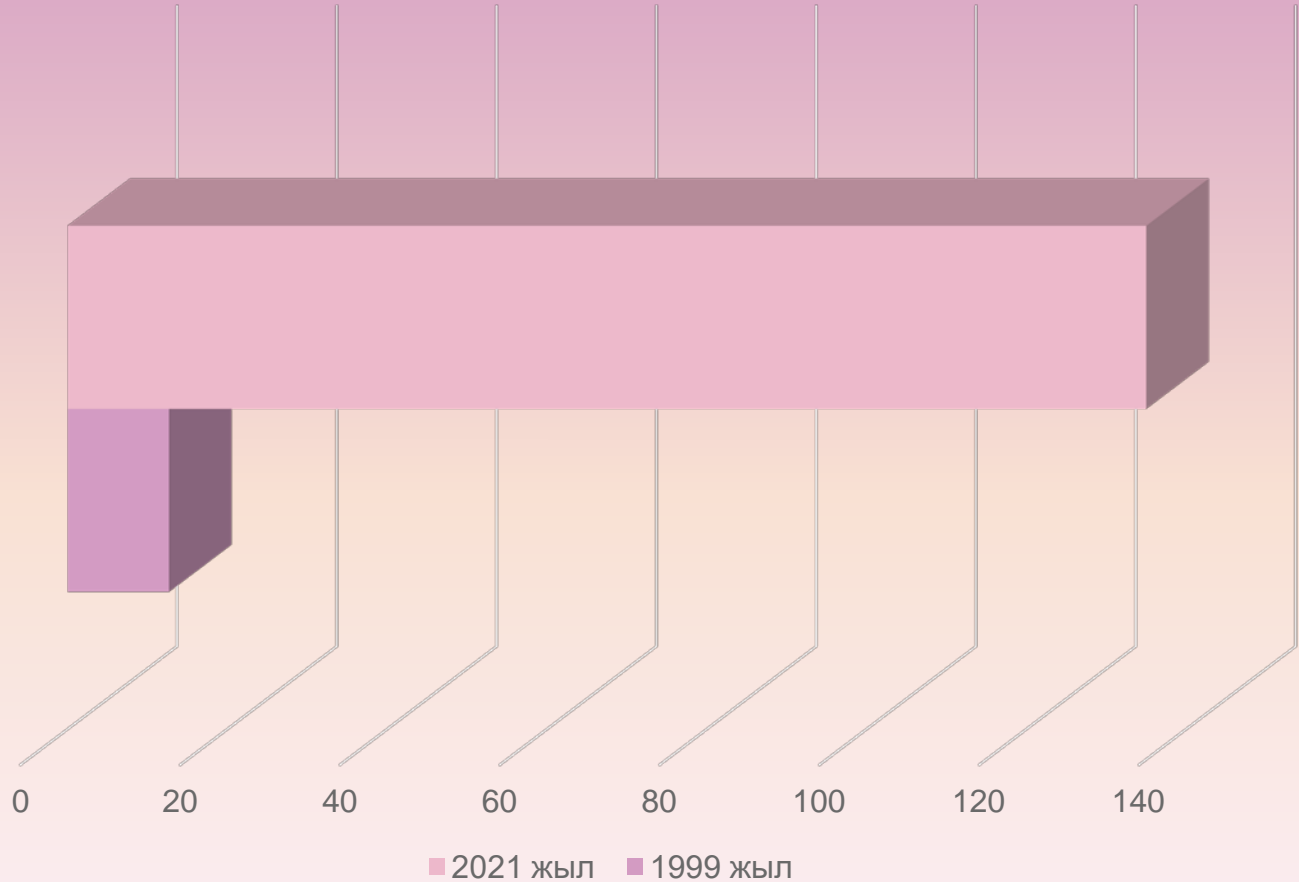
4  
Оскар!



# Корей телепрограммаларының экспорты

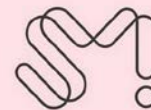


Экспорт



Оңтүстік Кореядағы ең ірі ойын-сауық компаниялары ретінде міндетті түрде HYBE Corporation, JYP Entertainment, S.M. Entertainment және YG Entertainment сынды компанияларды айтқан жөн. Компаниялардың жалпы кірісі 2021 жылдың үшінші тоқсандық есебіне сәйкес, яғни 30 қыркүйегіндегі жағдай бойынша, бұл компаниялардың жуықтап алғандағы кірісі:

- ❖ HYBE Corporation - 286,9 миллион доллар;
- ❖ JYP Entertainment - 48,1 миллион доллар;
- ❖ S.M. Entertainment - 129,8 миллион доллар,
- ❖ YG Entertainment - 72,3 миллион долларды құраған болатын.



**HYBE**  
LABELS

**JYP**



**JYP** LEADER IN ENTERTAINMENT



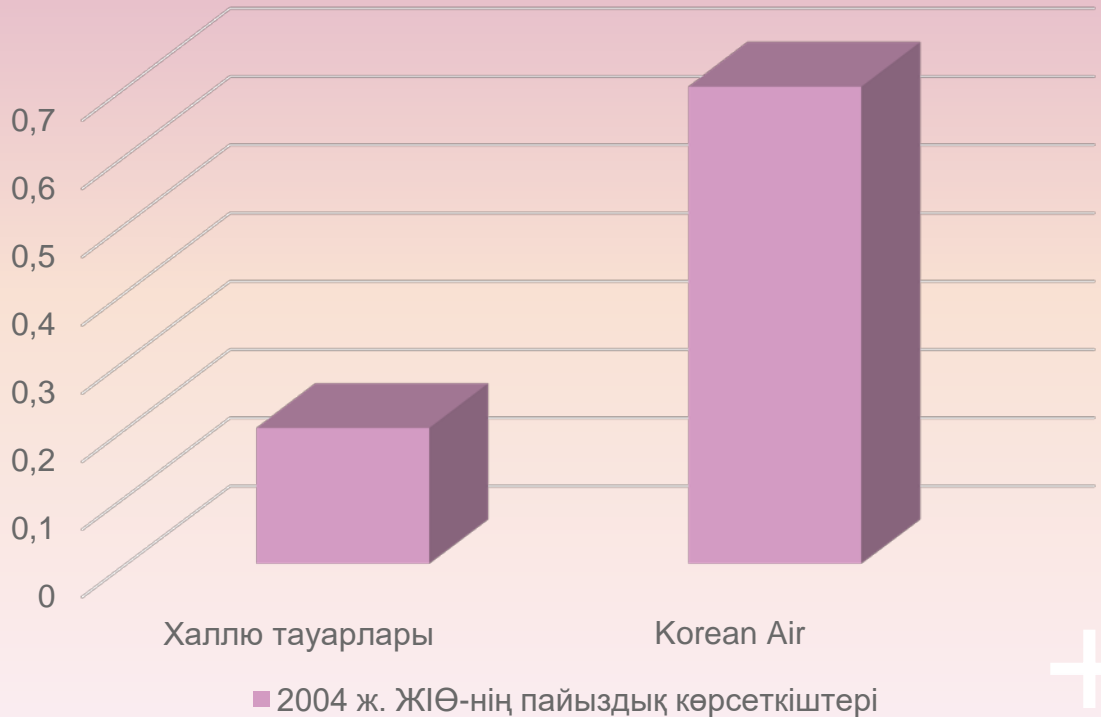
**YG** ENTERTAINMENT





## 2.2 Музыка әлеміндегі корей толқынының ықпалы

2004 ж. ЖІӨ-нің пайыздық көрсеткіштері



# BTS

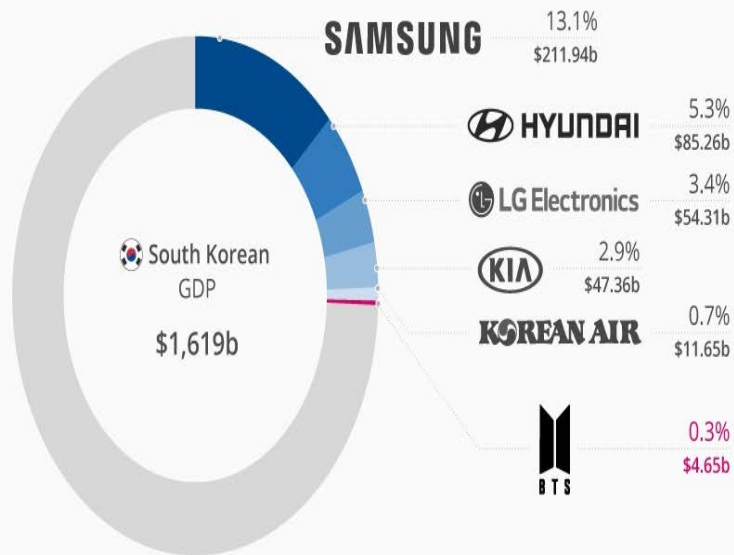


**BTS** қызметінің 10 жылдық экономикалық әсері 56,2 триллион вонға (жуықтап алғанда, 50 миллиард доллар) жетеді деп болжайды, ал бұл 2018 жылы Пхенчхандағы 41,6 миллион кіріс әкелген қысқы Олимпиаданың кірісінен оңай асып түседі.



# How Much Money Does BTS Make for South Korea?

Revenue of selected companies/entities as a percentage of South Korean GDP

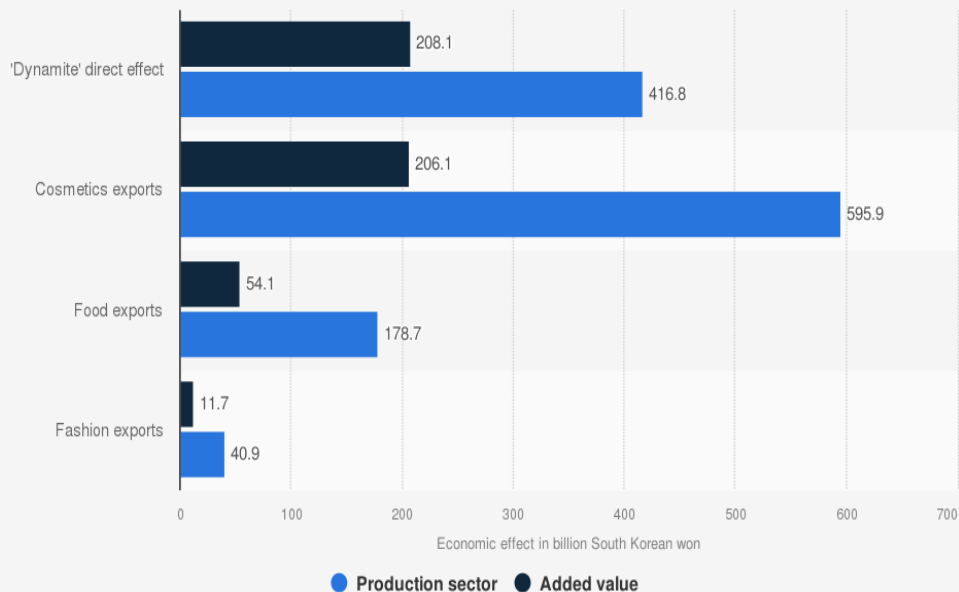


2018 figures

Sources: Fortune 500, Korean Airlines, World Bank, Hollywood Reporter



## Estimated South Korean economic effect created by the placement of 'Dynamite' by BTS (Bangtan Boys) on the first place of Billboard charts in 2020 (in billion South Korean won)



Sources

Yonhap; MCST (South Korea); KCTI  
© Statista 2022

Additional Information:

South Korea; MCST (South Korea); KCTI; 2020

BTS тобының Оңтүстік Корея үшін экономикалық әсері

BTS тобының 'Dynamite' бейнебаяны 2020 жылы Billboard чарттарында бірінші орынға орналастыру арқылы жасалған Оңтүстік Кореяның экономикалық әсері

+

# PSY

YouTube-та 4,7 миллиардтан астам қаралым жинап, *Гиннес рекордтар* кітабына да енген.



Мәдениет, спорт және туризм министрі До Жунг-хван: «2012 жылы Сай қызметінің жалпы экономикалық әсері 1 триллион вонды (1,2 миллиард доллар) құрайды».



Мультимедійні твори





## 2.3 Халлю туризмінің экономикадағы орны

HRI өз есебінде 2017 жылы шетелдік туристердің шамамен 8% (796 000) BTS тобының ықпалымен елге келгені туралы мәліметтерді келтіреді[2]. Сонымен қатар, Корея туристік ұйымы шетелдік респонденттерден Оңтүстік Кореядағы ең танымал жерлер туралы сауалнама жүргізген болатын. Нәтижесінде 5 орын осы топпен байланыстырылды. Бір қызығы, әлемде туризм индустриясының өсу көрсеткіштері көрікті жерлер есебінен емес, белгілі бір адамдар арқылы орын алатын басқа ел жоқ екені таң қалдырады. Басқа музыкалық әртістердің немесе корей телехикаяларының арқасында бұл елге қаншама саяхатшылар келгені де таңқаларлық жайт.



# Қорытынды

Қазіргі уақытта Халлюдің арқасында Оңтүстік Корея өте урбанизацияланған ел. Сеулдің ЖІӨ-нің өзі Аргентина, Колумбия, Чили немесе Перу сияқты көптеген елдердің экономикасының ЖІӨ-нен үлкен.

Осындай өзгерістер өзге елдердің, соның ішінде Қазақстанның креативті индустриясына да өзіндік серпін берді. «Корей толқыны» басқа елдер үшін үлгі, тың тәжірибе болғаны сөзсіз. Шығармашылық, мәдениет және сән арқылы да үлкен табыс тауып жатқандар көп. Біріккен Ұлттар Ұйымы тіпті 2021 жылды «креативті экономика жылы» деп жариялаған болатын. Сарапшылар пандемия салдарынан болған экономикалық дағдарыстан шығудың жолдарының бірі ретінде дәл осы креативті экономиканы көрсетіп отыр. Демек, креативті индустрияны дамытып, ұлттық брендті әлемге таныту арқылы өз еліміздің экономикасына да пайда әкелуге болады.



Назарларыңызға  

---

рақмет!

