

ЗАМАНУИ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ «КӨРЕЙЛІК ТОЛҚЫН» БЕЙНЕСІ

Сүлеймен Нұрай Сүлейменқызы

suleimennur@yandex.ru

Л.Н Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, «Мәдениеттану» мамандығының
1 курс магистранты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекші –К.С. Ермагамбетова

Қазақстан өзінің даму жолында ресейлік, батыстық, шығыстық және американдық модельдерге жүгінді. Қазақстанды әлемдік кеңістікке, нарықтық бәсекелестікке шығарудың әртүрлі жолдарын қолдануда. Соның негізінде әртүрлі мемлекеттік стратегиялар, мемлекеттік жобалар мен бағдарламалар қабылданды. Әлемді жапондық анималар мен американдық поп мәдениет жаулады. Алайда 2000 жылдан бастап жапондық «анима» мен американдық поп мәдениеттің орнын корейлік дорама басты.

Посткеңестік елдер егемендігін алғаннан бастап дамудың жаңа долдары мен бағыттарын қалыптастыруда, алайда корейлік бұқаралық мәдениет посткеңестік елдерді ғана емес, дамыған елдерді де жаулап алып отыр. Бұл мәдениет – «корейлік толқын» деген атқа ие болды.

Корейлік толқын, корейлік тілде «Халлю» - 1990 жылы Шығыс Азияда бастау алып, бүгінгі күні АҚШ, Таяу Шығыс және Еуропа елдеріне тараған корейлік мәдениеттің халықаралық танымалдылығы. Екі корейлік иероглифтен тұратын сөз «한» - корей тілі, «류» - толқын, осының нәтижесінде ағылшын тілінде «корейлік толқын» деп айтылып кеткен [1, с.155]. Қытайда корейлік ойын-сауық пен мәдениеттің тез қарқынды дамуын байқаған пекиндік журналист бірінші болып 1999 жылы «халлю» терминін енгізген [2, р.15]. 1993 жылы танымал корейлік мәдени өнім ретінде теледидарлық драмалар тарай бастады. Кейін олар біртіндеп басқа елдерге тарай бастады. Оңтүстік Шығыс және Орталық Азия елдеріне теледидарлық драмалар 2000-2002 жылдары келді [3, р.6]. Яғни теледидарлық драмалар арқылы корейлік дәстүр, корейлік жастар өмірі, корейлік тарих халықтың қызығушылығын тудырды.

Әлемге оңтүстіктік корейлік бұқаралық мәдениет кинофильмдер, телесериалдар, драмалар, поп-музыка, эстрада арқылы таралды. Көпшіліктің сұранысын тудырған мәдениет біртіндеп мемлекеттік саясатқа, идеологияға, бизнеске және елдің, корей халқының имиджін қалыптастыратын құбылысқа айналды. Бүгінгі таңда оның құрамына мәдени туризм, косметика, сәнді киім, бижутерия, галантерия, кәдесый өнімдері және ұлттық тағам «кимчи» кіреді.

Корейлік бұқаралық мәдениеттің танымалдылығы және «халлю» табынушыларының өсуі Оңтүстік Корея экономикасының өсуіне әкелді. Корейлік зерттеуші Хвейнгтің зерттеуі бойынша, президент пен министрден гөрі корейлік сериал актерлері танымал. Сырттан келген елшілер президенттен бұрын сериал арқылы танымал болған, жүректерін жаулаған актерлерден бірінші саулық сұраған [3, с.3].

Корейлік толқын мәдени феномен, мәдени құбылыс ретінде гуманитарлық ғылым өкілдерінің зерттеу қызығушылығын арттырды. Зерттеуші Ким бойынша корейлік толқын барлық Азия елдері үшін әртүрлі әсер етті. Өйткені, әрбір елдің өзінің этносы бар, сондықтан

олар мәдени өнімге әртүрлі қарайды және кодсыздандырады [2, р.24]. Шын мәнінде Кимнің айтуы бойынша, корейлік теледидарлық драмалар басқа елдерде жүрген эникалық корейлерге бағытталған [2, р.24]. Нәтижесінде барлық азиялықтар корейлік фильмге ғана емес, музыкаға, тамаққа, сән үлгілеріне қызықты. Олай болса, корейлік мәдени өнімдер корейлік мәдениет пен Кореяның өзіне деген әуесқойлықты тудырды. Корейлік драмалар әртүрлі елдерді корейлік мәдениетпен кездестіретін көпірге айналды.

Корейлік драмалық сериалдар – «дорама» деген атпен танымал. Заманауи дорамалар жастардың жүріс-тұрысына, мінез-құлқына, киім үлгісіне әсер етті. Қазақстандық мәдени кеңістікте, әрбір отбасының теледидарында немесе ютуб каналдарда дорамалар қолжетімді. Қазақстанға алғаш рет корейлік сериалдар 2000 жылы келді: «Күзгі ертегі», «Қыстық соната», «Қамал маржаны», «Джуманг» және т.б. Қазақстандықтар үшін сериалдар үлке сұранысқа ие болғаннан бастап қаза тіліне аударылды. Соның ішінде «Джумонг» сериалы қазақстандықтар үшін «корейлік толқын» нышанына айналды. Бұл сериалдан кейін түсірілім болған тарихи қамалдарға, көрікті жерлерге туристер ағыла бастады. Келесі үлкен сұранысқа ие болған дорама «Жейдектен кейінгі гүл немесе Гүлден де әдемі жігіттер». Бұл дормадан кейін түсірілім жерлерінде суретке түсуге, дәстүрлі корейлік ойындар ойнауға, дәстүрлі корейлік тағамдар пісіруге сұраныс өсті. Аталған дорама рекаламаға, музыкаға, корейлік тағамға, дәстүрлі киім өндірісіне үлкен септігін тигізді. Елдің экономикасына үлкен қаржы әкелді. Бұл дормадан кейін қазақстандық көрермендер арасында әртүрлі фан-топтар құрылды. Дорамалар орыс және қазақ тілдеріне жылдам аударылды.

Вена университеті ғалымдарының зерттеулері бойынша корейлік дорамалар конфуцийшілдік құндылықтарға негізделген. Үлкенге деген құрмет, бала мен ата-ана арасындағы сыйластық пен құрмет, отбасылық құндылықтар, достық, махаббат тақырыптары айқын көрсетілген. Яғни «азиялық моральдік құндылықтар» дорамада басты орын алады [4, р.31]. «YA Entertainment» американдық компания мүшелерінің пікірі бойынша, корейлік сериалдар түсірілім сапасымен, көрікті жерлерімен, әдемі әрі сәнді киімдерімен ерекшеленеді. Сонымен қатар олар өзіндік құндылықтарды сипаттайды, батыстық теледидар өнімдерін қайталамайды [5].

Корейлік дорамалардың табынушыларының Оңтүстік корейлік медицинаға да қызығушылықтары артты. Қазақстандықтардың Оңтүстік Корея медицинасына емдік туризмге шығу жиіленді, сонымен қатар қазақстандық жастарда корейлік медицина университетіне оқуға баруы да артты. Қазақстан мен Оңтүстік Корея арасында серіктестік пен визасыз тәртіптің орнатылуы адамдардың еркін саяхат жасауына септігін тигізді. Әрине, бұған септігін тигізген корейлік дорамалар деп есептейміз. Медицина және дәрігерлер туралы түсірілген дорамалар – «Қан», «Дәрігерлер» және т.б. Кореяда медицинаның жақсы дамығанын, емханалардың әртүрлі заманауи аппараттармен жабдықталғанын көрсетеді. Қазақстандық кеңістікте, жалпы әлемде түрік, үнді және т.б. сериалдар корейлік дорамаларға бәсеке болды. Корейлік билік бұл бәсекенің алдын алу үшін жастардың шығармашылық топтарына, шағын бизнеске үлкен көңіл бөлді. Бүгінгі таңда дорамаларға сұраныстың өсуі нәтижесінде корейлік киноәртистер голливудтық жұлдыздардан кейінгі жоғары бағаланатын әртистерге айналды.

Соның бірі, Q-pop. Q-pop- тың негізін қалаған «PSY Gangnam Style» тобының әншілері. Корейлік ең үздік танымал топтарға: BigBang, Exo, BTS және басқалары. «BTS» музыкалық тобы Американың ең үздік «Billboard Music Award» музыкалық марапатына екі жыл қатарынан ие болды. «TVXQ» тобы ең көп табынушылары бар топ ретінде «Гиннесс» кітабына енді. Аталған музыкалық топтардың ерекшелігі, олар өз бейнетаспаларын тек Сеулде түсіреді және Сеул туралы өлеңдері де көп. Нақтырақ айтқанда, музыкалық топтың өлеңдері патриотизмге үйретеді.

Бүкіл әлемге «PSY синдромы» тарады, «Каннам стайл» бейнетаспасына барлық халық биледі. «Каннам стайл» композициясының арқасында Сеулдің Каннам ауданына туристер барлық елден келе бастады. Каннам ауданы әлемдік туристік нысанға айналды.

Корейлік музыкалық топтарға, музыкалық жанрға сәйкес Қазақстанда «Ninety-one» музыкалық тобы пайда болды. Әншілердің репертуары бүгінгі күннің әлеуметтік, экологиялық мәселелерін, махаббат, достық тақырыбын қамтиды. жасөспірімдер пен жастар арасында үлкен сұранысқа ие топ.

Зерттеушілердің пікірі бойынша корейлік поп-мәдениет корейлік үкімет үшін елдің ұлттық имиджін жағымды ету үшін құрылған [6, р.6]. Біздің пікіріміз бойынша, бұл жақсы нәтиже. Мәдениетті нарықтық бәсекеге қабілетті деңгейге көтеру, мәдениет арқылы жаңа ұлттық бейне жасау әрбір ел үшін үлгі боларлық.

Корейлік толқын бет әлпетті өзгерту, үздіксіз әдемі жүру, бет терісін күту, косметика, киім үлгісі, еркіндік тәрізді идеяларды кеңінен таратты. Соның негізінде корейлік косметика, тері күтіміне арналған кремдер үлкен сұранысқа ие болды. жасөспірімдер мен студенттер дорамдағы кейіпкерлерге ұқсай бастады. Қытайлық миллиардер Ким Чон Ун біріншілердің бірі болып корейлік косметиканың жаңа сәндік үлгіге айналғанын байқады. Ол бетке арналған корейлік «JM Solution» маталы маскасын сатып алып Қытай және АҚШ нарықтарына апарды. Маска үлкен ұранысқа ие болады. Осылайша, корейлік косметика әлемге тарайды. Бүгінгі күні корейлік косметика халлююдің жалғасы.

Қазақстан пен Оңтүстік Корея арасында білім, мәдениет, ғылым, өнер, саудаға байланысты орнатылған келіссөздер жастардың жан-жақты дамуына септігін тигізуде. Және қазақстандық көпшілік мәдениетте корейлік мәдениеттің үлкен орын алуына да ешкім тиым салмайды. Шын мәнінде, бізде корейлік мәдениеттің біздің қоғамға тигізер зияны жоқ деп ойлаймыз. Алайда, бұл жастардың ұлттық құндылықтардан алшақтауына әкелетінін де байқаймыз. Корейлік мәдениеттің елдің имиджін халықаралық кеңістікке танытқанын ескеретін болсақ, онда бұл бізге ұлттық мәдениетті дамыту үшін үлгі ретінде қарастырған дұрыс деп ойлаймыз.

Айтар болсақ, дорама, к-поп, косметика, медицина Оңтүстік Кореяға туристерді жан-жақтан тартты. Кореядағы мәдени туризм мәдениетпен, тарихи ескерткіштермен, мәдени фестивальдерге және басқада іс-шараларға қатысумен байланысты мәдени қызмет түріне айналды. 2014 жылы пайда болған «Imagine your Korea» атты жаңа туристік бренд Кореяны танымал мәдениеттің, сән үлгісінің және инновацияның нышаны ретінде көрсетті. Бұл жарнамалық мәтін ретінде Кореяға туристерді тартты. Қазақстанның өзінде Кореяға саяхат ұйымдастыратын компаниялар да көп, соның ішінде, ең танымалы «Korean Foundation». Бұл компания жастарды Кореяда білім алуға бағыттайды. Аталаған бағдарламаның арқасында қазақстандық жастар Корея университеттерінде студент және магистрант атанды.

Корейлік толқын негізінде пайда болған туризм «Халлю-туризм» деген атқа ие болды. Аталған туризм үш бағытта жүзеге асырылды:

- Корейлік әншілердің концертіне қатысу үшін арналған саяхат;
- Корейлік дорама жанкүйерлерін сүйікті дорама түсірілген орындарға апару. Олар үшін жергілікті билік және өндірістік компаниялар фильммен және оқиғамен байланысты туристік өнімдерді әзірлейді;
- Халлюомен байланысты өнімдерді, тауарларды (косметика, техника, киім) алуға бағытталған саяхат.

Осылайша «корейлік толқын» корейлік мәдениеттің жаңа дәуірін жасады және оған барлық әлем бет бұрды.

Қорыта айтқанда, «Корейлік толқын» феномені американдық типтегі корейлік дәстүрлі мәдениетке негізделген, дәстүрлі конфуцийшілдік құндылықтар басым жаһандық мәдениеттер синтезі ретінде; вестризация мен американдық мәдениетке қарсы жергілікті-аймақтық реакция ретінде қарастыруға болады. Дегенмен, корейлік толқын Оңтүстік Кореяның ұлттық бейнесі туралы жалпы көзқарасты қалыптастырды. Корейлік толқынның жетістігі әлемдік экономикалық көрсеткіш бойынша Оңтүстік Кореяны он екінші орында тұр. Демалыс, ойын-сауық индустриясымен байланысты корейлік компаниялар кино және шоу өндірістерін қаржыландыра алады.

Корей халқы заманауи әлемдік жетістіктерге сай болатын, халықаралық кеңістікте өзін мойындататындай дәстүр мен жаңашылдық арасында өзара байланысты жасай алды. Ескі мен жаңаның, көне мен кірменінің синтезі мәдениет элементтерін жалпыға ортақтауға үлкен септігін тигізді.

Қазақстанның Оңтүстік Кореямен дипломатиялық, нарықтық, сенімділік, достық қарым-қатынаста болғанына қуанамыз. Корейлік толқын қазақстандық мәдениетті әлемдік кеңістікке таралуына, қлттық имиджін жетілдіруге үлгі болатыны сөзсіз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Ким Г.Н.Сотрудничество Казахстанаи Южной Кореи в сфере культуры,образования и науки//Известия корееведения в Центральной Азии. - №19. – 2012 г. – с.150-210
2. Kim, J. Y.Rethinking media flow under globalisation: rising Korean wave and Korean TV and film policy since 1980s - Warwick Research Archive Portal. Welcome to Warwick Research Archive Portal - Warwick Research Archive Portal. Retrieved November 20, 2010, from <http://wrap.warwick.ac.uk/1153/>
3. Hyejung, J. The Nature of Nationalism in the “Korean Wave”: A Framing Analysis of News Coverage about Korean Pop Culture. Conference Papers -- *National Communication Association*, 1. Retrieved from Communication & Mass Media Complete database. 2007.
4. Choi Sang-Chin, Kim Kibum Chemyeon. Social Face in Korean Culture // *Koreajournal*. – Summer 2004. – N. 2– P. 30–51.
5. Южнокорейские телесериалы // https://ru.wikipedia.org/wiki/Телесериалы_Южной_Кореи.wiki#cite_ref-7c00993afda01c14_66-1
6. Doobo, S. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25-44. doi:10.1177/0163443706059278