

Кудайбергенова Р.Е.,
Бейсенбаева А.Б.
**Действие «Мягкой силы»
Южной Кореи в Казахстане**

В современном мире наблюдается повышение значимости «мягких» рычагов воздействия на глобальное сообщество. Многие страны заинтересованы в брендбилдинге и повышении имиджа своей страны на мировой арене. В связи с этим каждая страна старается создать свою модель «мягкой силы». В частности, очень знаменателен успех южнокорейской модели «soft power» и, как следствие, рост привлекательности Южной Кореи в мире. В рамках данной работы изучен пример влияния южнокорейских механизмов «soft power» в Республике Казахстан.

Ключевые слова: «мягкая сила», Южная Корея, культура, халлю, «Корейская волна».

Kudajbergenova R.E.,
Beisenbaeva A.B.

In today's world there is increasing importance of «soft» levers of influence on the global community. Many countries are interested in brand-building and improving the image of their country on the world stage. In this regard, each country is trying to create its own model of «soft power.» In particular, remarkable success of South Korean model of «soft power» and, as a consequence, the increase of attractiveness of South Korea in the world. As part of this work we studied example of the South Korean «soft power» mechanisms' influence in the Republic of Kazakhstan.

Key words: «soft power», South Korea, culture, Hallyu, «Korean wave».

Құдайбергенова Р.Е.,
Бейсенбаева А.Б.

ДЕЙСТВИЕ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ЮЖНОЙ КОРЕИ В КАЗАХСТАНЕ

На протяжении многих веков сила государства определялась его военной мощью, на чем и строилась вся внешняя политика. Рубеж XX-XXI веков принято считать переломным моментом. Новый век глобализации начал диктовать свои ценности, основанные на равенстве, единстве и мире. Понятия силы было пересмотрено, и на смену ее военному пониманию пришло новое, переосмысленное. Концепция была сформулирована на научно-теоретическом уровне и предложена профессором, политологом Дж. Найем-младшим. Впервые она была изложена в его работе «Обреченные быть лидером: меняющийся характер американской власти» [1]. Эта новая концепция была названа «мягкая сила» («soft power»). Она получила общемировую известность, как важнейший компонент внешнеполитической стратегии государств.

Очевидно, что каждое государство заинтересовано в формировании собственной национальной стратегии «soft power», которая обусловлена историческими и современными особенностями взаимоотношений с другими странами, и кроме этого так называемыми ресурсами страны, под которыми стоит понимать грамотную внешнюю и внутреннюю политику, духовные и культурные ценности и так далее. Джозеф Най определил два вида стратегий: традиционную и современную. К первой можно отнести стратегии США и ЕС. Они базируются на трех составляющих: популярная культура, внешняя политика и политическая идеология. А ко второй - стратегии Китая, Японии. Особенностью современных стратегий является создание новых источников «мягкой силы» [2].

Стратегия Южной Кореи также является современной, так как ее развитие стало наблюдаться относительно недавно. Несмотря на трагичную судьбу, с середины XX века Республика Корея стала возрождаться, наращивая не только экономический потенциал, но и культурный. Существенный прорыв Южная Корея смогла сделать в применении «мягкой силы», экспортируя не только свое традиционное искусство, ремесла, кухню, но и поп-культуру. Положительно отметил «растущую мягкую силу Южной Кореи» и Дж. Най [1].

В данной таблице представлены данные о рейтинге «мягкой силы» Южной Кореи, опубликованные в отчетах по ре-

зультатам «измерения» «мягкой силы» тех или иных стран в рамках исследований, проведенных Институтом государственного управления (Institute for Government) и журналом «Monocle» (Monocle Magazine) (The New Persuaders III. A 2012 Global Ranking of Soft Power, Великобрита-

ния) [3], а также агентством Portland (THE SOFT POWER 30by Portland Agency) в 2015 году [4]. Для сравнения приведена также информация о позициях, занимаемых Китаем, одним из главных конкурентов за влияние в регионе Восточной Азии и вне его.

Название рейтинга	The New Persuaders III. A 2012 Global Ranking of Soft Power	THE SOFT POWER 30by Portland Agency, 2015
Количество стран	40	30
Страны-лидеры	Великобритания, США, Германия	Великобритания, Германия, США
Южная Корея	11	20
Китай	22	30

Стоит отметить, что основными индикаторами рейтингов являются культура, внешняя политика, политические ценности государства, уровень развития системы образования и бизнес-климат.

В частности, индекс агентства Портланд (Portland Agency) основан на результатах международного голосования, базировавшего на трех китах «мягкой силы» - культуре, внешней политике и политических ценностей, используя 65 показателей по 6 субиндексам :

- сила дипломатической сети страны и ее вклад в глобальное взаимодействие и развитие;
- глобальный охват и привлекательность культурных мероприятий нации, таких, как поп-культура и высокая культура;
- соблюдается ли свобода, права человека и демократии, а также оценивалось качество политических институтов;
- уровень человеческого капитала в стране, вклад в науку, и привлекательность для иностранных студентов;
- насколько развита цифровая инфраструктура страны, и ее возможности в области цифровых технологий;
- привлекательность экономической модели страны, бизнес-дружелюбие и способность к инновациям.

Влияние через культуру: изменение парадигмы.

Росту индустрии культуры Южной Кореи начиная с 1990-х годов в значительной степени способствовала стратегия правительства по использованию культуры в качестве инструмента внешней политики для реализации национальных целей. В 1994 году Глава Консультативно-

го совета по науке и технике представил доклад президенту Ким Ен Саму, в котором предполагалось, что правительство должно стимулировать производство медиа-продукции и сделать данную отрасль стратегической. Это предложение было сделано во многом под влиянием неожиданной для многих информации о том, что общий доход от голливудского фильма «Пак Юрского периода» был эквивалентен доходу от продажи 1,5 миллионов машин марки Hyundai за рубежом. По мнению Д. Шима, это была «смена парадигмы» мышления корейцев, которые привыкли верить, что к процветающему будущему страну приведут тяжелая и химическая промышленность. В результате доклада, правительство Кореи создало Бюро культурной индустрии в рамках Министерства культуры и спорта в 1994 году, а в 1995 году разработало Закон о продвижении кинофильмов для привлечения инвестиций крупных корпораций в местную киноиндустрию [5].

Пришедший на смену Ким Ен Саму Президент Ким Дэ Чжун (1998-2002) оказал большую поддержку индустрии культуры. Именно при Ким Дэ Чжуне, который сам себя называл «Президентом культуры», был разработан и принят закон «О развитии (продвижении) культуры» в 1999 году и был выделен бюджет на реализацию проекта в размере 148,5 миллионов долларов США. В своей инаугурационной речи Президент Ким говорил о необходимости «...влиять энергию нации в глобализирующуюся корейскую культуру, с тем чтобы сохранить расширение торговли, инвестиций, туризма и культурных обменов и иметь свой путь в эпоху безграничной конкуренции...» Общий бюджет сферы культуры был уве-

личен с 484,8 млрд. вон (0,6 % от общего бюджета) в 1998 году до 1,218 млрд. вон (1,15% от общего бюджета правительства) в 2002 году.[5]

Помимо прямых денежных вливаний в сферу культуры, акцент был сделан на подготовку кадров, которые бы могли удовлетворить запросу растущей индустрии.

К середине 1990-х годов в системе высшего образования накопилось немало проблем, главной из которых стало несоответствие уровня подготовки выпускников современным технологическим требованиям [6].

Таким образом, государство через Министерство культуры и туризма поддержало программы подготовки кадров, основанные на практике, и инвестировало в сферу R&D (Research and Development, Исследования и развитие). В результате расходы на развитие информационных технологий выросли с 3,6% (3 млрд. долларов США) в 1998 году до 4,7% (3,8 млрд. долларов США) в 2002 году; число исследователей выросло с 18500 до 160000. Число людей, занятых в сфере услуг, таких как культура и развлечения впоследствии выросло на 37,3% по сравнению с 3,6 млн в 2000 году до 5 миллионов в 2005 году [5].

В 2005 году Министерство культуры и туризма разработало проект C-Korea 2010, в котором было поставлено три основные задачи: войти в Топ 5 стран с наиболее развитой индустрией культуры, сделать Южную Корею туристическим хабом Северо-Восточной Азии и войти в Топ 10 стран с развитой индустрией спортивного досуга [7].

«Мягкая сила» Южной Кореи: основные компоненты и их имплементация в Казахстане.

Выделяют несколько составляющих «мягкой силы» Южной Кореи. Среди них опыт преодоления кризиса, а также быстрой демократизации и модернизации общества. По данным исследования индекса демократии стран, проведенного по методике британского исследовательского центра The Economist Intelligence Unit., Южная Корея занимает 20 позицию, с индексом 8.13, обходя США, многие страны Европы [8].

Большое внимание в Корею уделяется развитию бизнеса. В частности, наличие в стране так называемых «чеболей» - корпораций (Samsung, Kia, Hyundai, Daewoo, LG) по производству высокотехнологической техники, способствовало формированию имиджа лидера в технологической и машиностроительной областях. Они давно продвинули бренд «Сделано в Корею» во все

уголки земли. Нередко специалисты Южной Кореи приглашаются другими странами для обмена опытом в сфере модернизации. Став технологически развитой страной с демократическими ценностями и республиканской формой правления, Корею удалось сохранить и неповторимый культурный колорит, что составляет следующий инструмент южнокорейской «мягкой мощи».

Считается, что первичным импульсом к позитивному восприятию мягкой силы является именно успешность страны в экономическом измерении, рост благосостояния ее граждан. Следующим этапом в повышении влияния «мягкой силы» является распространение вышеуказанного интереса, индуцированного экономическими факторами. Объекты «мягкой силы» стремятся определить эндемичные особенности модели развития страны, корни которых, как правило, лежат в сфере национальной культуры. Ее проявлениями являются существующая в стране политическая и экономическая системы, общественный строй. В стране – объекте «мягкой силы» распространяется интерес к различным аспектам деятельности государства-субъекта, изучается возможность перенесения ее опыта на национальную почву. Если представить механизм распространения «мягкой силы» в виде схемы, то получится следующее:

Экономические успехи страны возбуждают к себе интерес в обществах стран-объектов ее «мягкой силы»;

В стране-объекте возникает потребность в изучении модели развития страны, в основе которой лежит ее культура;

Получают распространение различные элементы культуры страны-субъекта, в ее отношении формируется обширный информационный фонд;

Происходит изменение восприятия имиджа страны-субъекта обществом страны-объекта (как правило, в сторону улучшения);

Складываются условия для максимизации «мягкой силы» страны субъекта [9].

Таким образом, мы можем наблюдать, как на сегодняшний день успешно реализуется третий этап приведенной выше схемы. Традиции корейского искусства, ремесел, кухни распространились по всему миру. А корейская популярная культура уже давно вышла за пределы Восточной Азии, стремительно распространилась по всему миру. Пораженные быстрорастущей популярностью в Китае южнокорейской индустрии развлечений пекинские журналисты ввели в оборот термин «Халлю» – «Корейская волна».

Примером служит южнокорейский певец PSY, чей ролик набрал более 2 миллиардов просмотров на сайте YouTube. Также следует отметить огромную работу, проводимую Южной Кореей в сфере образования. Ежегодно выделяются сотни стипендий для иностранных студентов. Другой фактор способствующий распространению культурных ценностей Южной Кореи – деятельность зарубежных корейцев по всему миру.

Сегодня Республика Корея входит в «G-20», участвует в деятельности международных организаций, имеет немалый опыт проведения мероприятий международного масштаба, активно продвигает свои политические и культурные ценности. Ей удалось разработать свою эффективную национальную модель «soft power», способную оказывать влияние на мир.

Эффективность южнокорейской «мягкой» внешнеполитической модели все сильнее ощущается и в Центральной Азии, и частности в Казахстане. Повсеместно открываются рестораны корейской кухни, магазины с корейскими товарами, одеждой и косметикой, а также с бытовой техникой и электроникой от крупнейших корейских производителей. Число людей стремящихся изучать корейский язык или посетить Страну Утренней свежести растет в геометрической прогрессии. Также укрепляются и двусторонние связи между Казахстаном и Республикой Корея в сфере политики, экономики и культуры.

И очень важно отметить, что положительный имидж Южной Кореи, сформированный в Казахстане, является одним из основных показателей эффективности корейской модели «мягкой силы». Институтом социально-политических исследований РК был проведен социальный опрос, направленный на изучение современного образа Кореи. На вопрос «С чем у вас ассоциируется Южная Корея?» большинство респондентов, а это 52,1%, ответили с хорошей техникой, далее 33,7% - автомобили, 17,6% - корейские сериалы, 17,1% с национальной кухней и медициной. [10] Можно сделать вывод, что никаких негативных аспектов отмечено не было. Итак, среди сфер влияния «мягкой силы» Южной Кореи в Казахстане можно назвать следующие.

Бизнес. В соответствии с докладом Всемирного банка «Ведение бизнеса в 2016 году», Южная Корея располагается на 4 месте в мировом рейтинге по показателю благоприятствования ведению бизнеса [11].

С момента обретения независимости важнейшим инвестором для Казахстана стала

Южная Корея. Она являлась не только надежным партнером, но и поставщиком высокотехнологической продукции на казахстанские рынки. Именно с 90-х годов XX в. в Казахстан пришли крупнейшие южнокорейские ТНК, такие как LG, Samsung, Daewoo, Hyundai и др. По данным на конец 2014 года, в Казахстане работает более 300 совместных казахстанско-корейских предприятий. Сейчас южнокорейские инвесторы отдают предпочтение высоким технологиям (в части внедрения современных разработок в управление и сферу услуг), телекоммуникациям, строительству, сельскому хозяйству, машиностроению и энергетике. В числе успешно развивающихся в Казахстане корейских компаний – Samsung, LG Electronics, LG International, SK Corp., NTC, Ritex, строительные фирмы Yurim, SungWon и Hanjin. В Казахстане представлены также южнокорейские банки второго уровня: Kookmin Bank, Shinhan Bank и Woori Bank. К тому же следует отметить, что на встрече глав государств Республики Корея и Республики Казахстан в 2014 году, Президент Нурсултан Назарбаев подчеркнул важность сотрудничества Республики Казахстан с Республикой Корея в процессе реализации «Стратегии развития Казахстана - 2050» и государственной программы «Форсированного индустриально-инновационного развития Казахстана 2015-2019 годы» [12].

Другой составляющей привлекающей казахстанцев является **медицинский туризм**. Южная Корея – одна из передовых стран в области здравоохранения и привлекает все большее внимание казахстанцев. Как сообщила руководитель департамента туризма Сеула Кьонг Хи О в ходе встречи представителей южнокорейских клиник с казахстанскими бизнесменами и врачами, спрос казахстанцев на медицинские услуги Южной Кореи вырос в 24 раза на 2013, а среди иностранцев по общему количеству граждане РК являются шестыми. К тому же Казахстан заинтересован в развитии контактов в области здравоохранения с Республикой Корея. В рамках двустороннего сотрудничества в Алматы совместно с партнерами Корейской клиники Каннам Северанс был открыт Казахстанско-Южно-Корейского медицинский центр «Smart Health», помимо этого в Алматы был открыт Корейский центр эстетической медицины «DongBang», в Усть-Каменогорске открыт Центр Корейской медицины Корея Ю-Хэлскейр Центр KUC (Korea U-Health Care Center) и др [13].

Южная Корея зарекомендовала себя как страна с высоким уровнем качества **образова-**

ния. На 2014 год в рейтинге эффективности национальной системы образования она заняла 1 место, опережая такие страны, как Великобритания, США, Япония, Германия. Высшие учебные заведения Кореи входят в рейтинг лучших университетов Азии. Но основной фактор повышения популярности корейского образования среди казахстанских студентов - это, прежде всего, деятельность государства, ориентированная на привлечение иностранных студентов. Правительство Республики Корея организует стипендиальные программы для иностранцев, и постепенно увеличивают количество приглашаемых студентов. В настоящее время стипендии для иностранных студентов предлагают Министерство образования, науки и технологий, Министерство культуры, спорта и туризма, Министерство внешней торговли и др. На 2016 год заявление на получение стипендии от Правительства Республики Корея подали около 200 студентов [14].

Одним из основных средств проникновения в культуру страны, улучшения ее понимания является изучение языка страны-субъекта. Одновременно популяризация языка страны-субъекта может сама по себе служить маркером эффективности политики «мягкой силы»: если есть интерес к стране, ее культуре, то и число лиц, изучающих язык, постепенно увеличивается [9]. Южная Корея оказывает большую поддержку развитию корееведения за рубежом. В более чем десяти вузах Казахстана осуществляется обучение корейскому языку, образовательную деятельность ведет Корейский Центр просвещения при Посольстве Республики Корея. Казахские университеты наладили тесные связи с южнокорейскими партнерами в рамках подписанных договоров о сотрудничестве. Реализуются двусторонние и односторонние обменные программы с университетами Дэгу, Каннам, Корейским университетом иностранных языков (HUFS), Университетом Кенги и др. При поддержке корейских партнеров проводятся Республиканские олимпиады, конкурсы сочинений. Реализуются проекты в рамках грантового финансирования Korea Foundation, Korea Foundation for Advanced Studies, Академии корееведения.

Важнейшей сферой влияния является культурная, которая включает в себя, прежде всего, корейскую традиционную и популярную культуру.

Традиционная и популярная культура. Огромную роль в распространении корейской культуры играет корейская диаспора, проживающая на территории Казахстана. Она прилагает много

усилий для сохранения своих традиций и культуры. Созданы коллективы художественной самодеятельности, проводятся республиканские фестивали культуры и искусства, выставки работ корейских художников и ученых. Вместе с этим успешно функционирует Государственный Республиканский корейский театр музыкальной комедии. Другой немаловажной составляющей традиционной корейской культуры является тхэквондо. Данный вид единоборств официально появился в Казахстане с 1991 года [15]. На сегодняшний день функционирует Федерация тхэквондо (WTF), и на мировых чемпионатах Казахстан представлен мужской и женской сборной. Федерация тхэквондо Республики Казахстан является одна из самых авторитетных в стране спортивных организаций и имеет хорошие перспективы развития.

Что касается *современной поп-культуры* Кореи, то в последнее время поистине грандиозных масштабов достигло движение корейской культуры «Халлю», захлестнув не только Азию, но все мир в целом. Страна активно продвигает в мировое сообщество свои сериалы, музыку, моду. Первые корейские сериалы «Прости. Я люблю тебя», «Зимняя соната», «Полный дом» на казахстанском телевидении стали транслироваться в начале 2000 годов, но стартовой точкой, ознаменовавшей «бум» корейской волны в Казахстане, является трансляция сериалов «Цветочки после ягодок» и «Принц Чжумонг». 2011 год был объявлен годом Кореи в Казахстане. По этому случаю в Астане был проведен концерт, куда впервые были приглашены звезды корейской эстрады, группы JQT, T-max, сольная певица Со Ён Ын, Корейский традиционный театр и актер Сон Иль Гук, сыгравший главную роль в популярном сериале «Принц Чжумонг». Корейские исполнители Super Junior, Girl's Generation, EXO, TVXQ, Big Bang полюбили казахстанского слушателя. 2011 году продюсерский центр SM Entertainment проводил глобальный кастинг в странах СНГ, в том числе и Казахстане. Так же имеют место ежегодные к-поп фестивали и флэш-мобы, устраиваемые силами поклонников корейской культуры.

На сегодняшний день казахстанскую молодежь привлекает корейский стиль жизни. Отдается предпочтение одежде, косметике и технике корейского производства. Именно распространение феномена «Халлю» в большой степени поспособствовало популяризации других компонентов южнокорейской модели «soft power», а также оказало содействие увеличению потоков туристов.

Не довольствуясь эффектом «Корейской волны», увлечение которой во многих странах идет на спад, корейским правительством в качестве своеобразного инструмента привлечения туристических потоков и распространения национальных ценностей был выбран буддизм. Набирают популярность программы Temple Stay, Фестиваль лотосовых фонарей в честь Дня рождения Будды – одно из главных событий в жизни Сеула, привлекающее тысячи туристов. Развитие данной программы сопровождается соответствующим объемом финансирования. Таким образом можно прийти к выводу, что южнокорейская стратегия распространения влияния посредством «мягкой силы» будет иметь долгосрочный характер, поскольку механизмы реализации отработаны и существуют альтернативные варианты, способствующие повышению узнаваемости.

В заключении нами были выделены конкурентные преимущества «мягкой силы» Южной Кореи. Среди них:

Широкий спектр ресурсов «soft power» и значительное государственное субсидирование;

Привлекательность современной корейской культуры (феномен «K-pop»)=>

Повышение экспорта

Рост интереса к традиционной культуре и к стране в целом

Увеличение туристических потоков и т.д.

Опыт быстрой демократизации и модернизации Южной Кореи, который интересен для развивающихся стран.

Учреждение правительственной стипендии Global Korea Scholarship для иностранных студентов (около 400 стипендий для студентов) и других;

Сеть фондов для реализации политики «мягкой силы» как в стране так и за рубежом:

Корейский Фонд

Фонд Зарубежных корейцев

Национальный Исследовательский Фонд Кореи и другие

Центры просвещения и Культурные центры при Посольствах Республики Корея

Лидер в производстве высоких технологий. Конкурентоспособный бренд «Сделано в Корею».

Активная поддержка корейской диаспоры по всему миру

Деятельность Добровольческих фондов Южной Кореи. Экономическая стоимость волонтерства превышает \$2 млрд. в год

Наличие ТНК, т.н. чеболей (LG, Samsung, Hyundai)

Высокое качество образования и медицины по относительно доступным ценам.

Таким образом, Южная Корея сумела создать национальную модель «soft power» способную конкурировать с «мягкой силой» таких держав, как Япония, США, Великобритания. Наличие в стране корпораций создающих высокотехнологичную продукцию, от смартфонов до машин, подняло южнокорейский бренд до небывалых высот. Внедряя современные технологии и инновации, Корея сумела сохранить традиционный колорит, культуру и обычаи. Таким образом, считаем целесообразным более детальное исследование южнокорейского опыта создания собственной модели «soft power» в контексте необходимости диверсификации экономики Казахстана и неэффективности существующей программы по повышению узнаваемости Казахстана за рубежом.

Литература

- 1 Nye J. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: BasicBooks. – 1990 - 336 p.
- 2 Русакова О. Ф. «Мягкая» сила стран Азии// Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. -2012. - С. 250-258.
- 3 MacClory J. The New Persuaders III. A 2012 Global Ranking of Soft Power [Электронный ресурс]. URL: http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders%20III_0.pdf (дата обращения 16.04.2016)
- 4 THE SOFT POWER 30by Portland Agency [Электронный ресурс]. URL:<http://softpower30.portland-communications.com/ranking> (дата обращения 16.04.2016)
- 5 Kozhahmetova D. Soft power of Korean popular culture in Japan: K-Pop avid fandom in Tokio. Lind University, 2012. [Электронный ресурс]. URL:<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=3460120&fileId=3910984> (дата обращения 17.04.2016)
- 6 Kim Shin-Bok. An evaluation of Education reform plan // Korea Focus. – 1995. - Vol.3 №4. - P.96-104
- 7 C-Korea 2010. Culture Industry Enriching Korean Competitiveness. [Электронный ресурс]. URL: http://industrykorea.net/gov_press_view00.htm (дата обращения 17.04.2016)
- 8 Рейтинг стран мира по уровню демократии[Электронный ресурс]. 2012 г. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info> (дата обращения 30.03.2016)

- 9 Михневич С.В. Мудрец помогает Поднебесной: развитие сети Институтов Конфуция как инструмент реализации политики «мягкой силы» КНР в Большой Восточной Азии. // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. - №1. - т.10. - 2015. - с.80-117
- 10 □□STYLE – Южнокорейский бизнес в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <http://presidentlibrary.kz/?p=2734&lang=ru> (дата обращения 30.03.2016)
- 11 Исследование Всемирного банка. Ведение бизнеса в 2016 году. [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/10/28/7261> (дата обращения 30.03.2016)
- 12 Лишь улучшения правовой базы для Казахстана – недостаточно [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zakon.kz/4647871-juzhnaja-koreja-odin-iz-kljuchevykh.html> (дата обращения 27.03.2016)
- 13 Спрос казахстанцев на медицинские услуги в Южной Корее вырос почти в 24 раза за пять лет [Электронный ресурс]. URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/spros-kazahstantsev-meditsinskie-uslugi-yujnoy-koree-vyiros-263525/ (дата обращения 27.03.2016)
- 14 Текущий архив Корейского центра просвещения г.Алматы
- 15 История развития таэквондо в Республике Казахстан[Электронный ресурс]. URL: <http://confederation.kz/ru/taekwondo/federation/history> (дата обращения 27.03.2016)

References

- 1 Nye J. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: BasicBooks. – 1990 - 336 p.
- 2 Rusakova O.F. Myagkaya sila stran Azii. // Izvestiya Uralskogo federalnogo universiteta. Vol.2, Gumanitarnye nauki. – 2012. – P.250-258
- 3 MacClory J. The New Persuaders III. A 2012 Global Ranking of Soft Power. URL: http://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/The%20new%20persuaders%20III_0.pdf
- 4 THE SOFT POWER 30by Portland Agency. URL:<http://softpower30.portland-communications.com/ranking>
- 5 Kozhahmetova D. Soft power of Korean popular culture in Japan: K-Pop avid fandom in Tokio. Lind University, 2012. URL:<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=3460120&fileId=3910984>
- 6 Kim Shin-Bok. An evaluation of Education reform plan // Korea Focus. – 1995. - Vol.3 №4. - P.96-104
- 7 C-Korea 2010. Culture Industry Enriching Korean Competitiveness. URL: http://industrykorea.net/gov_press_view00.htm
- 8 Reiting stran mira po urovnyu demokratii. 2012. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info>
- 9 Mikhnevich S.V. Mudrec pomagayet Podnebesnoi: razvtiye seti Institutov Confuciya kak instrument realizacii politiki myagkoi sily KNR v Bolshoi Vostochnoi Azii. // Vestnik mezhdunarodnyh organizacii. - №1. – Vol.10. – 2015. – P. 80-117
- 10 □□STYLE – yuzhnokoreiskii business v Kazakhstane URL: <http://presidentlibrary.kz/?p=2734&lang=ru>
- 11 Issledovaniye Vsemirnogo Banka. Vedeniye biznesa v 2016 godu. URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/10/28/7261>
- 12 <http://www.zakon.kz/4647871-juzhnaja-koreja-odin-iz-kljuchevykh.html>
- 13 https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/spros-kazahstantsev-meditsinskie-uslugi-yujnoy-koree-vyiros-263525/
- 14 Tekushii arhiv Koreiskogo centra prosvescheniya v Almaty
- 15 <http://confederation.kz/ru/taekwondo/federation/history>