

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра мов і літератур Далекого Сходу та Південно-Східної Азії

**Проблематика перекладу назв корейських художніх фільмів
українською мовою**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС “Бакалавр”
здобувачки першого рівня вищої освіти 4
року навчання (денна форма)
Галузь знань 03 – гуманітарні науки,
Спеціальність 035.066 Філологія (східні
мови та літератури (переклад включно),
перша – корейська),
ОПП «Корейська мова і література
та переклад, англійська мова»
Єрьоміної Олени Володимирівни

Науковий керівник:
асист. Жила В.Г.

Рецензент:
асист. Кінджибала О.С.

«Допущено до захисту»
Протокол засідання кафедри мов і літератур
Далекого Сходу та Південно-Східної Азії
Протокол №11 від 24 травня 2023 р.

Завідувач кафедри _____ доц. Ісаєва Н.С.

КИЇВ - 2023

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ.....	5
1.1. Лінгвістичні особливості та класифікація фільмонімів.....	5
1.2. Функції назв художніх фільмів	9
1.3. Важливість прогностичної функції фільмонімів	14
1.4. Перенесення культурних контекстів при перекладі назви фільму	17
1.5. Підходи до адаптації фільмонімів.....	19
1.6. Стратегії перекладу назв художніх фільмів	22
1.7. Техніки перекладу назв корейських художніх фільмів українською.....	27
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2.ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ КОРЕЙСЬКИХ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ	34
2.1. Особливості назв корейських художніх фільмів та їх значень на соціально-культурному тлі.....	34
2.2. Англіцизм в корейських фільмонімах	37
2.3. Труднощі перекладу назв фільмів з корейської мови на українську	39
2.4. Визначення підходів до перекладу корейських назв фільмів українською мовою	41
2.5. Аналіз назв корейських художніх фільмів та їх українських перекладів .	43
Висновки до розділу 2	48
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52

ВСТУП

Величезна популярність корейських драм по всьому світу спричинила розвиток корейської хвилі Халлю(한류) в Україні. У зв'язку з цим необхідно детально дослідити питання про те, як назви корейських фільмів перекладалися українською мовою, а також наслідки цих перекладів. В нашій дипломній роботі аналізуються способи та проблематика перекладу назв корейських фільмів українською мовою, які транслювалися на українському телебаченні та медіапросторі. У роботі розглядаються теоретичні аспекти поняття фільмоніму, проводиться аналіз 50 різних назв відомих корейських художніх фільмів та телевізійних драм(드라마), керуючись наявністю української інтерпретації фільмоніму, жанровою варіативністю та різною хронологією випуску кінокартин. Це дослідження далі розкриває зв'язок між перекладом і культурою, шляхом вивчення українських перекладів назв корейських фільмів та серіалів.

Актуальність дослідження визначається сучасною глобалізацією корейського кінематографічного контенту, чим зумовлює його появу на культурному просторі України. За останні 6 років трансляція корейських драм на українському медіапросторі поступово розширювалася від інтернет-сайтів до комерційних/приватних телеканалів, від корейських історичних драм до новіших, сучасних драм з точки зору жанру і тематики. Ця зміна суттєво вплинула на методи та стратегії перекладу назв фільмів у корейському кінодискурсі, призводячи до появи нових способів інтерпретації з точки зору обох семантичного та комунікативного перекладу.

Об'єктом дослідження є переклад назв корейських художніх фільмів українською мовою.

Предметом дослідження є проблематика, пов'язана з перекладом назв корейських художніх фільмів українською мовою, зокрема адаптація культурного контексту та еквівалентне перенесення значень назв на іншу мову.

Мета нашої дипломної роботи полягає у розгляді проблем, що можуть виникнути під час перекладу назв сучасних кінокартин з корейської мови

українською, та пошуку їх всебічного вирішення. Дослідження спрямоване на вирішення таких **завдань** як:

- аналіз специфіки назв корейських фільмів;
- дослідження труднощів при перекладі назв;
- оцінка варіативності перекладу;
- оцінка сприйняття аудиторії;
- виявлення перспективи подальшого розвитку.

Методи дослідження. Під час дослідження було використано аналітичні методи: аналіз літератури (огляд наукових досліджень, статей, книг та інших джерел), аналіз контенту (аналіз з фокусом на культурні аспекти, еквівалентність та адаптацію) та корпусний аналіз (робота з електронними джерелами); порівняльний метод (зіставлення різних варіантів перекладу з корейської мови українською); комплексний метод (використання різних підходів до теми дослідження).

Наукова новизна дослідження представляється у таких аспектах: розширенні знань про переклад назв фільмів; дослідження взаємозв'язку культурного контексту; аналізу варіативності перекладу; апробації та оцінки перекладу; розширення мовознавчого досвіду.

Теоретична значимість. Результати дослідження допоможуть більше розібратись в лінгвістичних і культурних аспектах під час перекладу корейських фільмонімів та зрозуміти краще вплив перекладу на сприйняття українською аудиторією.

Практична значимість. Дослідження надає практичні рекомендації та орієнтири для перекладачів, які займаються перекладом назв корейських фільмів українською мовою, що сприяє поліпшенню якості перекладу.

Структура роботи складається зі вступу, теоретичного розділу «Теоретичні аспекти перекладу назв художніх фільмів» та практичного розділу «Проблематика перекладу назв корейських художніх фільмів українською», загальних висновків та списку використаної літератури, що налічує 51 літературних та електронних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ

1.1. Лінгвістичні особливості та класифікація фільмонімів

Неперервний розвиток кіноіндустрії по всьому світу та показ зарубіжних кінокартин спричиняє появу нових знань та досліджень у сфері лінгвістики, тому не випадково особливості мови кіно та кіноперекладу стали предметом дослідження лінгвістів. Фільми діють у часі та просторі, створюють унікальні художні моделі життя в усьому його розмаїтті та слугують джерелом лінгвокультурологічної інформації нарівні з романами, публіцистикою та безпосереднім спілкуванням з носіями мови. Сучасна кіноіндустрія є потужним інструментом формування масової культури. Кіноіндустрія активно розвивається і потребує професіоналів для перекладу як кіноконтенту, так і назв фільмів. Назви фільмів мають надзвичайну здатність впливати на потенційних глядачів, зацікавлювати їх та спонукати до перегляду. Таким чином, стало необхідним звернути увагу на поняття “назви кінофільму” як окремий вид номінацій від “назви заголовків”. Так в ономастиці з'явився новий термін “фільмонім”. Хоча ономастика як мистецтво зародилось ще в часи древньої Греції, термін фільмонім з'явився відносно нещодавно, що підкреслює актуальність цього дослідження.

Вперше фільмонім як новий вид номінацій запропонувала у своїй праці вчена Є.В. Книш у 1992 р., визначаючи термін як «висловлювання, що репрезентує ситуацію, змодельовану фільмом, її вербально закодованим чином» [8, 8]. Само слово фільмонім в ономастиці походить від утворення двох слів “фільм” та “онім”, де онім означає “власне ім'я”. Основна універсальна функція оніму — індивідуальне найменування окремих одиничних об'єктів, тож фільмоніми являють собою особливий розряд імен власних.

Серед відмінних ознак онімів виділяються: 1) власні назви даються окремим об'єктам, а не класу об'єктів з характерними властивостями всіх індивідів, що належать до цього класу; 2) об'єкти, названі за допомогою власних

назв, завжди чітко визначені та розмежовані 3) назва не пов'язана безпосередньо з поняттям і не має чіткої та однозначної конотації на мовному рівні. На думку А. Зубко, кожен онім або власна назва містить у своїй структурі інформацію про властивість і специфіку об'єкта, який він називає, та окреслює фон, що впливає на цей об'єкт [5, 264]. Ця особливість власних назв дуже активно використовується сценаристами при створенні персонажів та описі їхніх характеристик. Кожна власна назва має певне соціальне значення і тому відіграє важливу роль у житті суспільства, соціальних груп та окремої людини.

Оніми або власні назви представляють індивідуальний аспект іменників, тому в ономастиці розрізняють 10 макрокласів онімів, одним з яких є поетоніми (назви різних предметів та витворів мистецтва) [19, 54]. У лінгвістиці поширена думка, що назви фільмів за своїми характеристиками та функціями нагадують заголовки літературних текстів. Таким чином, фільмоніми відносять до останнього класу.

Однак специфіка фільмонімів не дозволяє ототожнювати їх повністю з назвами художніх творів через різну область використання, тому думка про характеристику фільмонімів є контроверсійною серед дослідників. На думку деяких дослідників, заголовки виражають теми, філософські та соціальні ідеї, діють як фактори емоційного настрою, надають інформацію про місце і дію, повідомляють найважливіші деталі змісту історії, а іноді окреслюють сферу художнього твору.

Загалом зазначені аспекти можна співвіднести з назвами кінофільмів, які постають перспективними щодо досліджень номінативними одиницями. Д.Г. Бучко у Словнику української ономастичної термінології зазначає, що «Фільмоніми – це категорія слів, що охоплює рекламну функцію та функцію впливу, але відрізняються лаконічною структурою і містить риси, властиві назвам як самостійним мовним одиницям» [3, 198]. Таким чином, фільмонім створюється у сфері ономастики, в якій можна виокремити певні категорії за різними критеріями, такими як жанр, структура та семантика.

Фільмоніми аналізують з лінгвістичної (структурної та семантичної), функціональної, прагматичної та перекладацької точок зору [6, 104]. Структурно фільмоніми можуть виступати назвами слівформ, найчастіше представленими у формі словосполучень, іменників у формі називного відмінка, числівників. Існують також деякі фонемі, які структурно складаються з простих односкладних речень або простих безособових односкладних речень. Тому дослідниця Т. Крупенова структурно поділяє фонемі на три групи: 1) назви-словформи; 2) назви-словосполучення; 3) назви-речення: односкладні і двоскладні [15, 219].

Загальна методологія охоплює семіотичний аспект ономастики - власна назва є лінгвістичним знаком, метод системного аналізу та структурної організації онімів, відбудова моделі значимості онімічних знаків. Фільмонімами можуть бути як слова або словосполучення, так і цілі речення, серед усіх типів ідеонімів назви художніх творів є найбільш схожими на заголовки фільмів. Як зазначалося вище, кінотерміни належать до макрокласу поетичних термінів і тому мають схожі характеристики, якості та категорії з назвами художніх творів, тобто їм також притаманні певні граматичні та функціонально-семантичні особливості.

З точки зору синтаксичної структури, назви фільмів містять загальну синтаксичну тенденцію і мають просту модель односкладного речення. Такі іменникові словосполучення є поширеними, містять у своїй структурі різні частини мови і можуть функціонувати як різні частини речення (додатком, означенням, обставиною). Роль головних членів фільмонімів найчастіше виконують іменики («Матриця», «Інтерстеллар»), числівники («1+1»), а також їх поєднання («Один день», «21 грам», «Тринадцятий воїн»), де головним членом виступає підмет. Окрема група фільмонімів, які виражені конструкціями із двох номінативів, з'єднаних сполучниками сурядності («Джонатан та Мейвіс», «Хлопці проти дівчат», «Кохання та інші неприємності»). Відокремити можна

фільмоніми з односкладного речення, вираженні тільки присудком («Для того, щоб зникнути», «Істи, молитися, кохати», «Прийшов, побачив, переміг»).

Групи повних речень з двох складів рідше зустрічаються серед назв фільмів, оскільки головною складовою назви фільму є її стислість та лаконічність. Для франшиз та серійних фільмів, як саг, характерне використання несуміжних простих структур з двокрапкою, що позначає глави або епізоди. Окремо можна виділити назви, що містять номінативне наказове речення («Біжи», «Зроби це», «Вставай і бийся»). Такі фільмоніми виокремлюють як теглайни, бо вони можуть містити у своїй назві слоган, заклик чи девіз фільму.

Простеження зв'язку між структурою та значенням є важливим структурним елементом у дослідженні фільмонімів з метою виокремлення лінгвістичних особливостей. Слід зазначити, що лаконічна стисла форма назви фільму сприяє узагальненню абстрактної думки, що призводить до широкого використання номінативних структур [21, 502]. Словоформи здебільшого складаються з власних іменників в називному відмінку. У фільмонімах-словосполученнях найчастіше представлені у вигляді субстантивних та атрибутивних конструкцій. Фільмоніми-речення за типом граматичної основи поділяються на прості та складні речення, а також повні та неповні речення [8, 56]. Не зважаючи на структуру фільмонімів, заголовок несе важливе функціональне навантаження і розкриває авторську ідею або спільний концепт, тож Є.В. Книш виділяє такі підтипи фільмонімів:

1) фільмоніми, що відображають тему або основну проблему фільму (тематичні): «Життя прекрасне», «Шоу Трумана», «Втеча з Шоушенка»;

2) персональні фільмоніми, що відображають національність, статус, стать головного героя (можуть належати до макрокласу антропонімів): «Форест Гамп», «Роккі», «Гаррі Поттер і філософський камінь»;

3) фільмоніми, що визначають час або простір: «2001 рік: Космічна Одісея», «Назад у майбутнє»;

4) фільмоніми, що позначають знаковий предмет, який згадується у фільмі (предметні): «Титанік», «Лабіринт»;

5) змішана група фільмонімів (поєднує в собі елементи з різних категорій): «Нація швидкості», «Зоряні війни: Епізод VIII- Останні Джедаї», «Безсмертний гарнізон».

Наведена типологія дозволить краще орієнтуватись в функціях фільмонімів і їх врахуванні під час перекладу, що більш детально описано в наступних розділах дипломної роботи.

1.2. Функції назв художніх фільмів

Під художніми фільмами можна класифікувати всі види фільмів, окрім документальних. Як зазначено в попередньому розділі, фільмоніми аналізують із позицій ономастики та семасіології. Деякі мовознавці, що приписують фільмоніми до поетонімів, вказують на спільну функціональну природу назв фільмів та художніх творів. Кінотексти, як і тексти літературні, характеризуються універсальними текстовими категоріями й водночас є безпосереднім носієм комунікативної функції, що формується та реалізується через взаємопроникнення двох відмінних семіотичних систем. Фільмоніми у зв'язку з їх метою залучення уваги часто стилістично експресивно забарвлені, яскраві, вони привертають увагу, оптимізують подальше сприйняття фільму глядачем. Таким чином фільмонім відображається через призму когнітивної лінгвістики.

Дослідник Ф. Франдельсон приписував назву фільму до паратексту, висловлюючи думку, що “Під «паратекстом» розуміється один або кілька невеликих текстів окрім основного тексту” [27, 81-91]. На думку французького дослідника Г. Женетта, якого цікавив лише читач літератури, висловлював: “Читач має пройти крізь паратекст, щоб увійти в текст «належним чином»”. З теоретичної чи систематичної точки зору він має рацію, і його точка зору

враховують продюсери та розповсюджувачі, які намагаються залучити глядачів/читачів до своїх робіт [28, 87].

Назва є засобом для нашого сприйняття та нашої інтерпретації тексту, є шляхом підкреслення конкретної точки зору, або надання нам стислої інформації про фільм. Німецька дослідниця Крістіан Норд перераховує шість комунікативних функцій, які слід враховувати при перекладі назв фільмів. На думку Норд, функції назв можна розділити на основні (розрізняюча, метатекстова та фатична функції) та додаткові (референційну, експресивну та називну).

Розрізняюча, або функція ідентифікації, ґрунтується на порівнянні, контрасті та поясненні. Ця функція реалізується за допомогою "унікального імені, яке безпомилково ідентифікує зміст заголовка" [35, 270].

Метатекстова функція в комунікації належить до способу, яким текст розповідає про себе, свою структуру, зміст або форму. Дозволяє тексту взаємодіяти зі сприймачем на метарівні. Досягається шляхом використання невербальних засобів (наприклад, шляхом розміщення назви на обкладинці книги або статті).

Фатична функція може бути використана для встановлення контакту з глядачем, зосереджена на виявленні зацікавленості іншою стороною, ніж на передачі конкретної інформації. Відноситься до «довжини та мнемонічної якості» заголовків [35, 274].

Референтна функція належить до передачі інформації про предмети, явища, події та концепти, що існують в реальному світі. Досягається завдяки використанню певних загальновідомих референцій, які розділяють люди з різних культур.

Експресивна функція - виражає експресивну силу назви й досягається різними способами, включаючи використання найвищих ступенів, позитивні або

негативні конотації та характеризується використанням прикметників або прислівників.

Називна функція - стосується привабливості назви. Сюди входить заохочення глядачів до перегляду фільму. Якщо глядачам подобається назва фільму, вони обов'язково його подивляться.

Більшість лінгвістів сходяться на думці, що заголовок є стислим виразом основної ідеї того, що він називає, чи то текст або фільм. Фільмонім нерозривно пов'язані з поняттям заголовка. Н.В. Подільська та Є.В. Книш включають фільмоніми в розряд ідеонімів [8, 191]. Тож фільмонім як ідеонім у своїй суті повинен донести певну ідею реципієнту.

Грунтуючись на дослідницьких роботах Є.В. Книш, дослідниця виділяє три основні функції фільмонімів: номінативну, естетичну та комунікативну, в яку входять три підфункції: інформативно-прогностична, референтна, та прагматичну функцію [9, 35]. Окремо слід виділити до комунікативних функцій - рекламну функцію.

Номінативна функція виконується з метою ідентифікації та визначення об'єкта в мовному спілкуванні. У випадку назв фільмів, функція характеризується як онтологічна, тобто початковою, оскільки вона є першим етапом отримання глядачем знань про фільм. Реалізація цієї функції не залежить від різних структур і синтаксичних моделей, що свідчить про універсальність і загальність цієї функції [2, 57].

Важливою для назв фільмів є комунікативна функція, яка полягає в тому, що назви фільмів містять певну інформацію, яка засвоюється потенційним реципієнтом (у цьому випадку глядачем) [9, 14].

Інформативно-прогностична функція вважається найважливішою функцією в контексті заголовків. Назва фільму може відображати головну ідею, сюжетну лінію або основний конфлікт фільму. Вона надає загальне уявлення про те, про що буде фільм, та створює очікування у глядачів. Під час пошуку

необхідного або цікавого для глядача фільму, в першу чергу, він зверне увагу на назву фільму [14, 176]. Прогностичну функцію виконує жанрово-семантична адаптація, тобто додавання конотативних слів, які пов'язують назву фільму з жанром і тематикою фільму. Оскільки назва має бути привабливою та цікавою для глядачів, конотації назви фільму мають бути в лаконічній формі, в якій зміст, що узагальнюється, є відносно зрозумілим і легко запам'ятовується. А.В. Султаєва виокремлює ще одну асоціативну функцію, яка полягає у створенні певної кількості асоціацій назви фільму, що викликаються у читача та впливають на подальше сприйняття ним тексту. Таким чином, прогностична функція передбачає процес передбачення і ґрунтується на особистому досвіді читача, його лексиконі та загальних фонових знаннях [4, 29]. У процесі комунікації автори заголовків схильні інтенсифікувати "психолінгвістичний феномен" використання слів відповідно до асоціацій аудиторії та очікування, що аудиторія зрозуміє сенс, навіть якщо асоціації вигадані самим автором.

Прагматична функція назв фільмів належить до їхнього впливу на аудиторію та комунікативного контексту. Назви фільмів можуть мати прагматичну функцію залучення масової аудиторії. За допомогою цікавих, привабливих або емоційно заряджених назв, фільми можуть створювати сильну комунікацію зі своєю цільовою аудиторією та сприяти збільшенню їхнього інтересу до перегляду. Фільмонім формує сприйняття глядачів і викликає цілу низку реакцій, таких як цікавість, здивування, гнів і розчарування. Таким чином, прагматична функція полягає у використанні мови для створення інтелектуального, емоційного чи вольового впливу на потенційних глядачів [16, 184].

Окремо до комунікативних функцій слід віднести рекламну або маркетингову функцію. Назва фільму є важливим елементом його маркетингової стратегії. Значення назв фільмів як маркетингового інструменту визнають Руїз і Пардо, які вивчали стратегії перекладу в різних категоріях, таких як концепція «вірності», прагматична та дискурсивна адаптація, включаючи

суб'єктивні та оцінні типології, комунікативну функцію та прагматичну адекватність [29, 5-6]. Вона може створювати привабливість для потенційних глядачів та впливати на їх рішення про перегляд фільму.

Рекламна функція визначається як здатність назви фільму за допомогою, виразних функціонально-семантичних засобів та стилістичних методів стати найбільш цікавою для глядачів і залучити більшу кількість потенційної аудиторії, зацікавлених у фільмі, забезпечуючи таким чином касовий успіх. Рекламна функція відповідає за створення певних уявлень у глядачів, привернення їхньої уваги та підвищення їхніх очікувань [8, 8].

Назви фільмів відрізняються одна від одної та від інших елементів мови своєю стислою структурою, лаконічністю, а також виявляють особливості, які вважаються спільними для самостійних одиниць мови [13, 98].

Стилістична функція назв фільму пов'язана з його комерційною стороною та впливом маркетингу. Стилістично марковані назви фільмів — це назви, виразність яких досягається мовними засобами різного рівня. Велика кількість фільмів, які використовуються в засобах масової інформації, підкреслює не лише популярність назв фільмів, а й те, що ці мовні одиниці включені до класу ідіом. Назви фільмів для привернення уваги глядача можуть містити в структурі графічні знаки, такі як хештег (#), або амперсанд (&). Також назви можуть мати аббревіатури, зазвичай відомі ширшому колу глядачів, які можуть бути перекладені без порушення замислу автора.

Третьою функцією фільмоніма є естетична. Назва фільму може мати естетичну цінність і передавати загальний настрій, стиль або атмосферу фільму. Вона може викликати естетичне задоволення та зацікавлення у глядачів. Передбачається, що назви фільмів містять естетичне ставлення до дійсності, тобто відображають життєву та естетичну позицію автора, його бачення і сприйняття прекрасного в житті. Як наслідок, назва сприймається не як просте мовне повідомлення або мовленнєвий акт, а як метафоричний вислів, своєрідний

культурний символ, що передає філософію або світогляд конкретного автора. Функціонуючи як виразник естетики, назва фільму може бути розпізнана через порівняння.

Функції назв фільмів мають велику важливість при їх перекладі, оскільки правильний переклад назви допомагає зберегти й передати ідентичність, та ефективно передати комунікативний зміст фільму в іншу мову або культуру. Фільмоніми насамперед несуть такі функції: передача повідомлення та атмосфери, вираження жанру та тематики, привертання уваги та маркетинг, збереження ідентичності та бренду. Однак, з огляду на складність форми заголовка та багатозначність лексичних одиниць, що входять до його складу, а також врахування його ізольованого положення, при перекладі може постати проблемою врахування всіх вищезазначених функцій. Дослідник В.А. Лукін розрізняє інтертекстуальну та інтратекстуальну функції заголовків. Перша полягає в тому, що заголовки фільмів пов'язані з текстом, але формально незалежні від нього. Внутрішньотекстова функція проявляється в тому, що заголовок спочатку немає відношення до тексту, але в міру прочитання заголовка стає мотиваційним, оскільки вже містить короткий опис фільму в цілому. Оскільки заголовки спочатку відірвані від змістової інформації самого тексту і є лише першим кроком у контекстуальній конкретизації значень, це не виключає можливості їх перенесення, розширення або радикальної зміни при адаптації.

В такому випадку, для кращої передачі реципієнту інформації через назву, перекладач повинен спочатку ознайомитись з основним викладом тексту, в нашому випадку кіносценарій, трейлер, або анотація до фільму. Вже після цього, у процесі розвитку тексту і сприйняття його читачем відбувається переосмислення та ідентифікація значення заголовка.

1.3. Важливість прогностичної функції фільмонімів

За своєю семантичною природою фільмоніми виступають мостом між продукуванням фільму в маси та бажанням глядача переглянути кінокартину. Коли ми шукаємо фільми для перегляду, одним із критеріїв пошуку та вибору є

їх назва - чи подобається вона нам, чи не подобається, ми орієнтуємось на викликанні відчуття, свою реакцію. Факт прогнозування глядачем змісту фільму за назвою, базуючись на своєму досвіді перегляду інших фільмів, є невіднятним. Таким чином, під час перекладу художніх фільмонімів необхідні фонові знання, щоб знайти зв'язок з іншими кінокартинами та творчою особистістю автора.

Подальша взаємодія між назвою фільму і текстом фільму виявляє низку прагматичних ефектів: ефект посиленого, виправданого чи ошуканого очікування. Коли глядачі описують фільм, який вони ще не бачили, як комедію, драму чи трилер, вони встановлюють межі своїх очікувань на основі попереднього досвіду сприйняття художніх творів [8, 185].

Ефект посиленого очікування виникає особливо тоді, коли значення назви не до кінця зрозуміле багатьом глядачам через свою полісемічну структуру чи значущість. І це робить цільову аудиторію зацікавленою, заохочуючи глядачів до перегляду фільму. Фільмоніми, що створюють ефект виправданого очікування - це слова або словосполучення, які викликають у глядачів певний асоціативний ряд ще до перегляду фільму, вказуючи на головного героя фільму, його рід занять, назву місця, де відбувається дія тощо. Зазвичай вони містять посилання на кінокартини, з якими читачі та глядачі, ймовірно, вже знайомі, наприклад сиквели, приквели та саги [4, 28].

Ефект обдуреного очікування полягає в тому, що назва створюється таким чином, що тематичні та смислові очікування і пов'язані з ними стереотипи сприймаються реципієнтом по одному, але після перегляду різко суперечать самому змісту фільму, не виправдовуючи очікувань глядача. Часто, коли дія фільму з такою назвою розгортається, обіцяне не збувається, а зміст виявляється прямо протилежним, що змушує змінити думку аудиторії про фільм або навіть повністю заперечити свою первинну асоціацію [7, 25].

Очевидно, що всі перераховані вище ефекти очікування, які є важливими факторами прогностичної функції фільмоніма, безпосередньо впливають на його

прагматичну функцію. Таким чином, можна висловитись, що функція прогнозування є невіддільною частиною прагматичної функції [7, 25]. Прагматична функція перекладу назв фільмів полягає у передачі сенсу та змісту назви фільму з однієї мови на іншу, зберігаючи при цьому його привабливість, виразність та комунікативну цінність. Основна мета перекладу назв фільмів - забезпечити, щоб назва фільму зрозуміло передавала його жанр, сюжетну лінію, настрій, а також привертала увагу та заохочувала глядачів до перегляду.

Отже, інформативно-прогностична функція фільмоніму відіграє важливу роль у передачі інформації та прогнозуванні змісту фільму перед його переглядом, впливаючи на інші функції. Основні аспекти важливості цієї функції можна систематизувати в п'ять характеристик:

1) орієнтація глядача: допомагає глядачеві отримати загальне уявлення про зміст фільму перед його переглядом, включати надання ключової інформації про жанр, тематику, місце дії, головних героїв тощо;

2) створення очікувань: допомагає створити очікування у глядачів стосовно змісту фільму;

3) привертання уваги: для привертання уваги глядачів серед великої кількості доступних фільмів цікава, загадкова або незвична назва може побудити глядачів дізнатися більше про фільм;

4) виділення фільму серед конкурентів: назва допомагає виділитися серед інших фільмів, особливо в умовах конкуренції на ринку, чітко передаючи свою унікальність, цінність або особливості, вона може спонукати глядачів обрати саме цей фільм серед інших варіантів;

5) створення іміджу: створює певний імідж або асоціації, пов'язані з фільмом, може асоціюватися з певною культурою, епохою або стилем, чим привертає певну цільову аудиторію.

Загалом, інформативно-прогностична функція назв фільмів є важливою, оскільки вона допомагає глядачам зрозуміти, орієнтуватися та зацікавитися фільмом перед його переглядом. Ця функція впливає на прийняття рішення про перегляд фільму, створює очікування та спонукає глядачів вступити у взаємодію з фільмом.

1.4. Перенесення культурних контекстів при перекладі назви фільму

Перенесення культурних контекстів є надзвичайно важливим аспектом при перекладі назв фільмів. Кожна культура має свої унікальні традиції, цінності, історію та культурні асоціації, які впливають на сприйняття та розуміння мови, а також специфічній настрій, ідею або повідомлення, яке режисер хотів передати глядачам. Назви фільмів не є виключенням, вони часто містять глибокий культурний субтекст і пов'язані з конкретними елементами культури.

Збереження культурного фактора допомагає перенести інтегритет та аутентичність оригінального фільму в процесі адаптації. Переклад, який враховує культурний контекст, допомагає забезпечити, що перекладена назва викликає у мовців ту ж саму реакцію або асоціації, що й оригінал.

Відомий вітчизняний дослідник у сфері лінгвістики В. Комісаров зазначає, що «мова, як засіб вербальної комунікації, є невіддільною частиною культури й може розглядатися в усіх її структурно-функціональних особливостях як культуру, відображену через мовну перспективу певної етнічної групи людей» [10, 63].

Для досягнення бажаного успіху перекладачеві необхідно не тільки відмінне володіння іноземною та рідною мовами, а й екстралінгвістичні знання. Крім того, перекладач повинен мати хороші творчі здібності та інтуїцію. Обов'язок кожного перекладача – звертати увагу на найдрібніші та непомітні деталі, бути чуйним у відборі інформації, вивчати іноземну культуру, виконувати професійну місію перекладача, передавати не лише слова та ідеї текст перекладу, а й колорит культурного життя людей.

При цьому кінцевий варіант перекладу має бути сприйнятий реципієнтом цієї культури. Дослідник Л. Венуті зазначає, що “Перекладач має досягти такого ж впливу на реципієнта текстом перекладу, який передає текст оригіналу” [39, 50-62]. Трапляються випадки, коли назва фільму начебто перекладена правильно і важко знайти кращий переклад, але в ній є щось непокєднуване, наче щось не так”. Це той випадок, коли помилка полягає в недотриманні стилістичної єдності між оригінальною назвою та її перекладом. Іншими словами, стиль перекладеної назви фільму не відповідає стилю оригінальної назви.

Вивчаючи культурні особливості з точки зору вербальної комунікації, необхідно зазначити, що культура в цілому становить великий інтерес для перекладознавства. В. Комісаров підкреслює, що перекладацька діяльність означає не лише взаємодію двох мов, а й контакт двох культур. Це слід мати на увазі разом з унікальними характеристиками, які описують кожен окрему культуру. Є фактори, які є спільними для багатьох або деяких культур. Крім того, різні культури завжди впливали й впливають одна на одну.

У той час як Л. Венуті вказує, що стратегії перекладу «включають основні завдання вибору іноземного тексту для перекладу та розробки методу його перекладу». Для позначення стратегій перекладу він використовує поняття одомашнення та зарубіжжя. Венуті розглядає одомашнення як «переклад прозорим, вільним стилем, щоб мінімізувати чужорідність цільової назви». Згідно з його поглядом на методи перекладу, будь-які заходи, спрямовані на наближення автора (кінорежисер, продюсер, перекладач) до читача (цільова аудиторія) [39, 60].

Висновуючи, перенесення культурних контекстів відіграє важливу роль у збереженні автентичності та специфіки оригінального фільму, а також в установленні зв'язку з місцевою аудиторією. Переклад назв фільмів вимагає уважного вивчення культурних особливостей та чутливості до нюансів кожної мови та культури. Вибір стратегії перекладу, будь то збереження оригінальної назви, переклад на базі значення або адаптація до місцевих контекстів, повинен

бути обдуманим і спрямованим на максимальне збереження смислового навантаження та ефективне сприйняття фільму глядачами. Таким чином, врахування культурних контекстів при перекладі назв фільмів є ключовим елементом, який допомагає забезпечити якісний та вдало зрозумілий переклад, сприяючи взаєморозумінню між різними культурами та залученню аудиторії до іншомовних кінокартин.

1.5. Підходи до адаптації фільмонімів

Одним з найважливіших питань у галузі перекладу є співвідношення між перекладом загалом та перекладом-адаптацією. Встановлено, що існує два типи перекладу: комунікативний переклад, який дає одержувачу якомога більш близьке враження від того, як би він сприйняв оригінальний текст, і семантичний переклад, який намагається передати контекстуальне значення вихідного тексту настільки точно, наскільки це дозволяє семантична і синтаксична структура другої мови. Переклад може бути більш або менш семантичним, чи менш комунікативним – навіть часткові речення чи секції можуть трактуватися більш комунікативно, чи менш семантично [17, 2].

Назва фільму, безумовно, відіграє чільну роль при передачі інформації самого вмісту фільму, його жанру, стилістичного забарвлення використаної в ньому лексики. Аби передати правильне повідомлення треба враховувати його еквівалентність. Еквівалентність – збереження відносної рівності смислової, семантичної, стилістичної та функціонально-комунікативної інформації.

Переклад в основному спрямований на досягнення еквівалентності. Звичайно, висловлювалися різні думки щодо того, що таке еквівалентність і яка еквівалентність повинна бути досягнута. Юджин Найда, вчений, якого часто згадують у дискусіях про еквівалентність, розрізняє «формальну еквівалентність» і «динамічну еквівалентність». Формальна еквівалентність спрямована на те, щоб передати одержувачу як форму, так і зміст початкового текстового повідомлення після надходження, і ґрунтується на точності. Іншими словами, він визначає критерії точності та вірогідності, постійно порівнюючи

повідомлення на культурному рівні мови перекладу з повідомленням у культурному контексті мови оригіналу [34, 167]. У цьому типі перекладу перекладач намагається точно відтворити форму і зміст, які найбільше відповідають вихідному тексту.

З іншого боку, динамічна еквівалентність досягає «принципу еквівалентного ефекту», і переклад у цей час зосереджується на тому, чи є зв'язок між одержувачем і повідомленням таким самим, як саме оригінальне повідомлення. При такому перекладі прагнуть створити динамічний зв'язок між повідомленням і одержувачем у мові перекладу такий самий, як і зв'язок між повідомленням і одержувачем у мові оригіналу [34, 167-8]. Таким чином, ці переклади шукають цілком природні вирази, і для цієї мети адаптація граматики, лексики та культурних показників вважається істотною.

Юджин Найда, який вважав, що динамічна еквівалентність має перевагу над формальною еквівалентністю, зробив крок далі від тогочасної точки зору, коли еквівалентність встановлювалася лише відношенням між текстами, і розглядав початкові та прихідні тексти в кожній ситуації спілкування та відношення між ними і читачем [40, 4-5]. Тож, в перспективі передачі повідомлення фільму глядачу через його заголовок, врахування змістової та прагматичної еквівалентності одне з початкових правил для досягнення адекватного перекладу.

Дослідник Т.О. Яхнюк виділив три види еквівалентності перекладу: синтаксична, семантична та прагматична еквівалентність [22, 203]. Синтаксична еквівалентність - це структурна подібність між вихідним і цільовим текстами. Якщо синтаксичної подібності немає, то це вже трансформація.

Оригінальний і перекладений тексти, що відтворюють один і той самий зміст, характеризуються семантичною еквівалентністю. Ці тексти описують одну й ту саму ситуацію в об'єктивній реальності. Тип прагматичної еквівалентності передає зміст висловлювання у певній комунікативній ситуації. Але, як

висловлюється лінгвіст Комісаров: "Прагматична еквівалентність перекладу необов'язково полягає у збереженні прагматики тексту оригіналу", тож співвідношення між прагматичною спрямованістю тексту оригіналу і тексту перекладу може бути різною [12, 136].

Грамматична трансформація - це перетворення структури перекладеного тексту відповідно до норм мови перекладу. Грамматична трансформація може бути повною або частковою. При цьому структура речення змінюється повністю або частково. Як правило, повна трансформація відбувається тоді, коли змінюються головні члени речення, а часткова - коли змінюються лише другорядні члени. Змінюватися можуть не тільки члени речення, але й частини мови [33, 247].

Розрізняють два типи граматичних трансформацій:

1) постійні синтаксичні (граматичні) трансформації - це правила узгодження граматичних систем мов, що з'єднуються при перекладі;

2) випадкові трансформації - це питання індивідуального вибору перекладача і залежать переважно від стилістичних особливостей вихідного тексту [22, 209];

Системні відмінності між двома мовами неодмінно впливають на побудову речень в оригіналі та перекладі. Оскільки обидві мови не мають однакових значень, що виражаються певними символами, і однакових правил організації цих символів у реченнях, немає сумнівів, що між мовами не може бути ідеальних еквівалентів [23, 17-24].

Таким чином, при перекладі назв фільмів перекладачі повинні використовувати відповідні стратегії адаптації, щоб забезпечити адекватність перекладу. Найпростішою з них є прямий (дослівний) переклад, який використовується, коли створений таким чином переклад не суперечить українським нормам слововживання та сполучуваності. Другою стратегією є трансформація назви за допомогою смислової адаптації. Як зазначав Л. Венути,

ще ці стратегії називають “одомашнення та зарубіжжя” [39, 60]. Серед дослідників також наявні такі інтерпретації як “доместикація та форенізація”.

Адекватний переклад є важливим, оскільки він дозволяє зберегти суть та інтенцію оригінального тексту, передати його значення і емоційну зарядку аудиторії мови, на яку він перекладається. Основні аспекти важливості які може включати адекватний переклад це збереження контексту, відтворення емоційної сутності та культурна адаптація. Збереження контексту охоплює розуміння сюжету, персонажів, культурних відтінків та інших елементів, які впливають на смисл фільму. Також адекватний переклад повинен зберегти емоційну сутність фільму, включаючи гумор, сум, напруження, радість тощо. При перекладі фільмонімів з однієї культури на іншу, важливо враховувати культурні відмінності та звичаї аудиторії мови, на яку відбувається переклад. Тож, еквівалентні вирази, метафори та аналогії можуть використовуватися для передачі сенсу і забезпечення зрозумілості.

1.6. Стратегії перекладу назв художніх фільмів

При перекладі назв фільмів можуть застосовуватись різні стратегії. Деякі назви перекладаються буквально, зберігаючи оригінальну форму та зміст. Інші можуть бути адаптовані або змінені, щоб краще відповідати культурному контексту та сприйняттю аудиторії. Учені згодні з важливістю перекладу фільмонімів як окремою категорією ономастики, але досі немає єдиної думки про те, яка стратегія є найбільш придатною для перекладу назв фільмів. Безперечно фільмоніми аналізують з погляду ономастики та семасіології (семантики), орієнтуючись на функції, жанр, культурний та комунікативний аспект, структуру фільмоніму. Переклад може бути прямим, трансформаційним або непрямим, залежно від наміру наблизити назву до власної культури або занурити аудиторію в іноземну культуру. Таким чином під час процесу адаптації перед перекладачем постає питання про вибір стратегії одомашнення чи зарубіжжя (доместикації або форенізації).

Прихильники стратегії одомашнення ґрунтують свій підхід на трьох можливих факторах. Перший - складність пошуку ідентичних за змістом і культурою еквівалентів у різних мовних системах. Другий - переклад є продуктом як міжмовної, так і міжкультурної комунікації, тому при перекладі елементи культури оригіналу повинні бути інкорпоровані у спосіб функціонування цільової культури. Перекладач несе відповідальність за збереження культурних реалій, які можуть призвести до різних непорозумінь, і повинен подолати культурний розрив, щоб полегшити взаєморозуміння. Таким чином, одомашнення видається не лише необхідним, але й неминучим. Третій фактор ґрунтується на тому, що формальне перенесення формул мови оригіналу в систему мови перекладу часто є проблематичним. Це пов'язано з тим, що, базуючись на фонових знаннях, не всі реципієнти мають достатню лінгвістичну та культурну компетенцію, щоб розпізнати реальність іноземної мови. Тому від перекладачів очікується подолання не лише мовних, але й культурних бар'єрів. Переклади, які зосереджуються на мові та культурі перекладу, можуть поглибити розуміння читачем вихідного тексту, оскільки значення вихідного тексту передається в контексті знань читача про дійсність.

Перекладачі вдаються до трансформації лексики перекладу: додавання, вилучення, заміни тощо. До повної заміни назв фільмів вдаються лише тоді, коли неможливо передати практичний зміст оригіналу за допомогою реалістичних виразів, гри слів, навмисно змінених стійких виразів або авторської гри слів, зрозумілої лише тим, хто знайомий з лінгвістичними та етнокультурними особливостями суспільства. Перекладачі також повинні пам'ятати, що додавання емоційного забарвлення до деяких назв фільмів, при дотриманні жанру, сюжету та оригінальної назви, може сприяти підвищенню популярності фільму.

З іншого боку, автентичне зображення культурного світу іноземної мови розширює лінгвістичні та культурні компетенції читачів, формуючи їхній загальний розвиток і толерантність до різних культур. Прихильники стратегії зарубіжжя вважають, що існує чітке перенесення мови з мови оригіналу на мову

перекладу. Цей процес завершується перекладом або транскрипцією. Іноді, навіть якщо трейлер транслюється англійською мовою, такі назви є звичними для іноземної аудиторії, і продюсер може вважати, що змінювати назву небажано. Також, перекладені назви графічно зображують для наочності, зручності вимови та культурної адаптації. Ці назви або досить прозорі (імена героїв, відомі географічні назви тощо), або відомі з попередніх релізів (саги, серії та екранізації книг).

Дослідник Джонгін Фан висловив: «Переклад може в основному використовувати дослівний переклад, вільний переклад, анотацію та інші методи, але насправді потрібно докласти багато зусиль для гарної адаптації» [25, 75].

У статті про адекватність перекладу художніх фільмонімів Андриенко В. П. та інші дослідники виділяють три основні стратегії перекладу художніх фільмонімів: 1) прямий або дослівний переклад, враховуючи транскрипцію та транслітерацію; 2) трансформація назви, що здійснюється за допомогою додавання чи опущення компонентів з метою прагматичної, або жанрової адаптації; 3) непрямий переклад, у тому числі евфемізуючий переклад, за визначенням І. Мілевич [1, 203]. Евфемізуючий переклад ще називають завуальованим, вільним, що позначає повну зміну назви фільму. В.М. Комісарів визначає адекватний переклад як "переклад, який забезпечує прагматичні завдання перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї мети рівні еквівалентності, не допускаючи порушення норм або узусу ПЯ, дотримуючись жанрово-стилістичних вимог до текстів даного типу та відповідаючи суспільно-визнаній конвенційній нормі перекладу" [11, 253]. Тож, така стратегія не вважається адекватним перекладом фільмоніму. Нова іноземна назва не відповідає ні першому, ні другому компоненту адекватного перекладу, вона має іншу форму, ніж оригінальна, і певною мірою передає зміст самого фільму, а не зміст оригінальної назви.

1. Прямий (дослівний) переклад

Так званий дослівний переклад має на увазі збереження оригінального тексту та збереження оригінальної форми перекладу, коли це дозволяють умови, зокрема для збереження оригінальної метафори, зображення та місцевого змісту. Переклад назви фільму в цілому ділиться на два види обставин. Однією з обставин є те, що порядок слів має бути однаковим. Інший – замінити початковий порядок слів. Деякі переклади можна повністю скопіювати відповідно до вихідних назв фільмів. Загалом, перекладені назви не повинні звучати незручно чи неприродно та можуть описувати історію так само як і оригінальні назви. Такі переклади охоче сприймаються і запам'ятовуються аудиторією. Якщо перекладач використовує дослівний переклад, він може використовувати той самий вираз, щоб висловити ті самі значення.

Транслітерація – це спосіб перекладу фільмоніму іншою мовою відповідно до вимови. Є багато фільмонімів, що позначають ім'я героя або його місце розташування. Якщо ім'я відоме аудиторії або має важливу історичну цінність, використовується цей метод. Звичайно є деякі назви назв, з якими аудиторія не знайома, що не виражає для неї безпосереднього сенсу, так аудиторія сприйме фільм неоднозначно. В такому разі, цей метод буде недоречним.

Калькування - це спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин їх лексичними відповідниками в мові реципієнта. Калькування може також застосовуватися на морфемному рівні, на рівні словосполучень та на рівні речень. Сутність калькування полягає у створенні нового слова або сталого поєднання в мові аудиторії, копіює структуру вихідної лексичної одиниці [20, 164]. Стратегія калькування на практиці застосовується рідко, і більше в специфічних галузевих текстах.

2. Трансформація.

Ця стратегія включає переклад назви фільму з деякими змінами для відтворення його сутності або відтворення ефекту на іншомовну аудиторію. Це

можуть бути зміни в лексичних одиницях, структурі або додаткові пояснення. Використання такої стратегії зумовлено лексичними, стилістичними, функціональними, прагматичними чинниками, які вимагають розширення або звуження когнітивної інформації через заміну або додавання / вилучення лексичних елементів). Також, цей метод можуть називати експлікаційним для позначення додаткової інформації реципієнту.

3. Непрямий (вільний переклад).

Непрямий переклад зберігає семантичну та структурну рівність і забезпечує комунікативну та функціональну еквівалентність шляхом зміни назви фільму. Одна з причин непрямого перекладу – це наявність в оригінальній назві безеквівалентної лексики. Хоча ефект дослівного перекладу хороший, не всі назви підходять для такої стратегії перекладу. Через відмінності в мові та культурі між Сходом і Заходом, деякі назви піддаються стратегії евфемізації. Цей метод використовується для перекладу культурно-специфічних компонентів – ідіом, метафор, сленгу, інтертекстуальних посилань та інших видів вербальних репрезентацій. Такі переклади вимагають особливих навичок, оскільки перекладачі не можуть використовувати описові методи, позатекстові посилання та анотації, які найкраще передають соціокультурні особливості вихідного тексту та сприяють його універсалізації. Через дослівний переклад важко відобразити суть фільму, перекладачі повинні проаналізувати й зрозуміти зміст, стиль, сюжет і навіть стиль, щоб адаптувати назву на основі творчого процесу. Таким чином, він може показати риси оригінальної назви та реалізувати його культурну, естетичну та економічну цінність.

Окремо варто виділити стратегію збереження оригінальної назви. У деяких випадках, коли оригінальна назва фільму вже широко відома та має значний культурний вплив, стратегія збереження оригінальної назви може бути використана. Це особливо застосовується до фільмів з великою глобальною аудиторією, які стали мемами або частинами попкультури. У такому випадку,

назва фільму може бути лише транскрипцією оригінальної назви або зберігатися без змін.

Проте, варто зазначити, що використання стратегії збереження оригінальної назви може створити певні труднощі для аудиторії, яка не знає мови оригіналу. Тому, у таких випадках, можуть бути надані підзаголовки або додаткові пояснення, які допоможуть аудиторії зрозуміти суть фільму.

Переклад назв фільмів є складною задачею, оскільки потребує збереження оригінальної сутності твору й одночасно адаптації його до нового культурного та мовного оточення. Вибір конкретної стратегії перекладу залежить від багатьох факторів, таких як культурні відмінності, сприйняття цільовою аудиторією, особливості фільму тощо. Важливо зберігати баланс між збереженням оригінальної сутності твору й адаптацією його до нової мови та культурного контексту.

1.7. Техніки перекладу назв корейських художніх фільмів українською

Оскільки переклад назв корейських фільмів переважно відбувається на основі інтерпретації з англійської мови через відсутність знань корейської мови у перекладачів, то найчастіше керуються саме правилами перекладу англійської версії українською мовою, що не є частою помилкою, так як при перекладі з корейської на англійську мову керуються майже однаковою низкою правил. Однак, для адекватного перекладу, не можна спиратись лише на англійську версію, в такому разі залучення перекладачів корейців є невіддільним фактором.

Техніки перекладу фільмонімів англійською мовою здебільшого поділяються на дві категорії, які вже зазначались в попередніх розділах: прояв поваги до оригінальної назви (транслітерація, дослівний переклад, експлікація) та відмова від оригіналу (вільний переклад, безеквівалент). «Незалежно від того, яка техніка використовується, один фундаментальний і життєво важливий принцип, який ніколи не слід забувати, полягає в тому, що переклад має бути так чи інакше пов'язаний з історією» [18, 1]. Тому виникає дилема, на що спиратися

при перекладі — на форму чи на зміст. Техніки перекладу різняться одне від одної в залежності від додержання оригінальності та інформативності ідеї фільму, тому професійний перекладач повинен відрізнити функції кожної з технік. Назви телевізійних драм та фільмів для порівняння взяті з сайтів “Світ Дорам”, “Vambooqa”, “Вікіпедія” та “Нетфлікс”.

Перший метод перекладу корейських фільмонімів — транслітерація. Транслітерація намагається використовувати однозначну відповідність, щоб поінформований читач міг відновити оригінальне написання невідомих транслітерованих слів. Транслітерація дозволяє максимально зберегти звуки оригіналу, зберігаючи його ритм і привертаючи увагу аудиторії сильним екзотичним колоритом. Основними аспектами транслітерації є антропоніми, назви місць, особливо деякі екзотичні назви, в яких немає еквівалента, історичні події [18, 2]. Оскільки корейські фільми в назві іноді мають слова корейського походження, як імена героїв чи героїнь, власні та географічні назви, при перекладі було б доцільно використати транслітерацію, тобто записувати слова транскрипцією мови реципієнта.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘화유기’	“Hwayugi”	“Хваюгі”
‘파친코’	“Patinko”	“Пачінко”

Табл. 1.7.1. Приклади перекладу назв стратегією транслітерації

Другий метод, що використовують при перекладі заголовків фільмів це дослівний переклад. Оскільки більшість назв фільмів корейською мовою складаються з іменників, дослівний переклад є найпростішим і найефективнішим методом перекладу назви фільму. Також, дослівний переклад широко використовується при перекладі назв англійських фільмів. Він максимально зберігає зміст і форму оригіналу. Він намагається відтворити точно

значення оригіналу в межах граматичних структур цільової мови та повністю відповідати намірам режисера. Що стосується англійського фільму, дослівний переклад доступний, якщо цільова версія відповідає оригінальній назві, тоді назва англійського фільму може використовувати дослівний переклад [18, 2]. Таким чином, дослівний переклад є одним з найпростіших перекладів, оскільки він зберігає структуру та послідовність повідомлення, однак не можна зловживати цією технікою не ознайомившись спочатку з текстом фільму.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘태양의 후예’	“Descendants of the sun”	“Нащадки сонця”
‘기생충’	“Parasite”	“Паразити”

Табл. 1.7.2. Приклади перекладу назв стратегією дослівного перекладу

Експлікація - є ще однією з технік. До деяких назв, особливо алюзійних, дослівний переклад яких не може чітко описати історію і, отже, не надає інформації та не приваблює аудиторію, потрібно додати більше деталей, щоб зробити їх більш чіткіше. Замість того, щоб вибиратися випадково, ці деталі повинні ґрунтуватися на історії, ідеї фільму та допомагати вдосконалити повідомлення назви реципієнту. [18, 2] При перекладі назв корейських фільмів перекладачі вдаються до трансформації, можуть використовувати додаткові слова для кращої передачі інформації глядачу.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Корейський переклад
‘사이코지만 괜찮아’	“It’s okay not to be okay”	“Нормально бути ненормальним”
‘더 케이투’	“The K2”	“K2-Охоронець”

Табл. 1.7.3. Приклади перекладу назв стратегією експлікації

Вільний переклад напевно одна з найуживаніших технік при інтерпретуванні назв корейських фільмів. Перекладачу іноді доводиться давати нову назву для фільму та покладатися на власну інтуїцію та смак, щоб вибрати один хороший переклад серед усіх можливих перекладів. Нова назва має фактично й точно описувати історію фільму. Вільний переклад — це стратегія, яка прагне передати зміст і дух оригінальної назви без механічного дотримання форми; цей метод часто застосовується, коли дослівний переклад не підходить. Така техніка перекладу відтворює матеріал, не зберігаючи манеру, або зберігаючи зміст, не приймаючи форми оригіналу.[18, с. 2] Оскільки східний та західний лінгвокультурні світи дуже різняться, використання вільного перекладу може стати необхідністю. Правильно адаптована версія вільного перекладу виконує функції назв фільмів і залучає аудиторію. Таким чином, вільний переклад орієнтований на цільову аудиторію та служить цілям кращої комунікації.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘시내 맞진’	“Business proposal”	“Ділова пропозиція”
‘안나라수마나라’	“The Sound of Magic”	“Звук магії”
‘사랑의 불기착’	“Crush lending on you”	“Незаплановане кохання”

Табл. 1.7.4. Приклади перекладу назв стратегією недослівного перекладу

Нееквівалентний (евфемізуючий) переклад. Іноді перекладач знищує назву фільму, і ми отримуємо безеквівалентний переклад. Це змінює назву, і глядачі не розуміють, що вони про що йдеться в фільмі [18, 2]. Часто виникає проблема хибного сприйняття вільного перекладу і нееквівалентного перекладу як одного, але значення різне. Тому, вільний переклад є більш доцільним варіантом, а

нееквівалентний переклад не підходить, оскільки він не зберігає основну ідею фільму та дезорієнтує глядача.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘그 해 우리는’	“Our beloved summer”	“Наше улюблене літо”
‘하늘에서 내리는 일억개의 별’	“The smile has left your eyes”	“Посмішка залишила ваші очі”
‘어쩌다 발견한 하루’	“Extraordinary you”	“Надзвичайний ти”

Табл. 1.7.5. Приклади перекладу назв стратегією евфемізуючого перекладу

Окремо слід виділити велику наявність конглішу(콩글리시) в сучасних назвах корейських текстів, слів англомовного походження, тож перекладу на англійську мову ці назви не потребують, хоча для україномовного лінгвістичного простору така інтерпретація не прийнятна, назви корейських фільмів та драм краще інтерпретувати дослівним перекладом з англійської мови. В такому випадку застосовується білінгвістичний переклад, відсилаючи перекладача не тільки до ознайомлення з оригіналом, але й англійської версії.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘배드 앤 크레이지’	“Bad and Crazy”	“Поганий та Божевільний”
‘라디오 로맨스’	“Radio Romance”	“Радіо Романтика”
‘빅마우스’	“Big Mouth”	“Базіка”

Табл. 1.7.6. Приклади перекладу назв стратегією дослівного перекладу з англійської мови

Збереження оригінальної назви теж виокремлюється в таких випадках, коли оригінальна назва корейського фільму вже широко відома та має значний культурний вплив, може бути використана стратегія збереження оригінальної назви без змін. Це може бути корисно, коли назва фільму стала відомою в інших країнах, здобула популярність або стала частиною попкультури.

Оригінальна назва	Англійський переклад	Український переклад
‘베테랑 2’	“Veteran 2”	“Ветеран 2”
‘펜트하우스’	“The Penthouse”	“Пентхаус”
‘서편제’	“Seopyeonje”	“Сопьондже”

Табл. 1.7.7. Приклади перекладу назв стратегією збереження ориг. назви

Проте, важливо враховувати, що не всі оригінальні назви фільмів легко розуміються аудиторією, яка не знає корейської мови. Тому можуть бути надані додаткові пояснення, підзаголовки або альтернативні варіанти, які допоможуть аудиторії зрозуміти суть фільму.

Крім того, варто згадати, що вибір конкретної техніки перекладу залежить від багатьох факторів, таких як культурні відмінності, сприйняття цільовою аудиторією, особливості фільму тощо. Головна мета - забезпечити зрозумілість, адекватність та відтворення сутності фільму в новій мові та культурному контексті.

Висновки до розділу 1

Поняття фільмонім розглядається з позиції ономастики й вперше згадується Є. В. Книш в 1992 році, роблячи його актуальним для дослідження. Хоча фільмонім в ономастиці відносять до макрокласу поетонімів на рівні з заголовками літературних текстів, фільмонім в семантичній основі несе відмінні функції і є окремим видом номінацій власних назв. Також, фільмонім повинен містити лаконічну, стислу структуру, охоплюючи рекламну та функцію впливу. Назва як ідеонім у своїй суті доносить певну ідею реципієнту, тому Є. В. Книш виділяє три основні функції (номінативна, естетична, комунікативна) та три підфункції (інформативно-прогностична, референтна, рекламна). Таким чином, перш ніж адаптувати, для кращої передачі інформації реципієнту, перекладач повинен ознайомитись з кіносценарієм, трейлером або анотацією до фільму, для збереження передачі функцій оригінальної назви.

Можливість прогнозування глядачем змісту фільма за назвою є невіддільним фактором перед переглядом, додержання адекватної адаптації фільмоніму та перенесення прагматичної функції спонукає глядачів до перегляду фільму. Вдало адаптований фільмонім сприяє взаєморозумінню між різними культурами та залучення аудиторії до ознайомлення з іноземними кінокартинами. Під час процесу адаптації постає питання про вибір стратегії одомашнення чи зарубіжжя. Об'єднує дві стратегії трансформація, при якій вдаються коли неможливо передати прагматичний зміст за допомогою обох прямого або непрямого перекладів. В такому випадку виділяють три основні стратегії перекладу: прямий (дослівний) з транскрипцією та транслітерацією; трансформація назви; непрямий та евфемізуючий. Під час перекладу корейських фільмонімів використовуються різні техніки для передачі культурних та соціальних контекстів, ідеї фільму, базуючись загалом на англomовний переклад: транслітерація, дослівний переклад, експлікація, вільний переклад та нееквівалентний. Для перекладу відомих вже аудиторії кінокартин як екранізацій романів, саг і серій фільмів зберігається автентична назва.

РОЗДІЛ 2.

ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ КОРЕЙСЬКИХ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ

2.1. Особливості назв корейських художніх фільмів та їх значень на соціально-культурному тлі

Брендинг нації стосується використання стратегій брендингу та маркетингових комунікацій для просування іміджу нації. Національний бренд за своєю суттю є складною, багатогранною конструкцією. Йдеться про те, як країну бачать інші, і вона включає «складний набір образів, значень, асоціацій і досвіду в умах людей» [26, 97-103]. Дослідник Ю. Фан висловлюється як «ментальний образ країни, створений іноземцями», національний бренд — це «загальна сума всіх уявлень про націю у свідомості міжнародних зацікавлених сторін, яка може містити деякі з таких елементів: люди, місце, культура/ мова, історія, їжа, мода, відомі особи (знаменитості), світові бренди тощо».

Брендинг нації пов'язаний з концепцією публічної дипломатії. Культурна дипломатія є формою публічної дипломатії та стосується стратегічних зусиль національної держави просувати свої національні інтереси «через популяризацію своїх культурних ресурсів і досягнень за кордоном та/або сприяння культурній передачі за кордон» [24, 31].

Важливий концептуальний напрямок для культурної дипломатії зближується до розміщення культури та обміну ідеями в межах ресурсу країни, що узгоджується з постулатом Джозефа Найя про м'яку владу в публічній дипломатії як результат або «змусити інших бажати результатів, яких ви хочете» [36, 5]. Подібно до м'якої влади, національний брендинг наголошує на створенні та поширенні національного іміджу за кордоном з метою спрямування ставлення та поведінки іноземної аудиторії. Наприклад, Д. Най розглядав культурний феномен Корейської хвилі Халлю (한류) як приклад публічної дипломатії м'якої влади, яка підвищила глобальну видимість і вплив Південної Кореї. Зокрема,

дослідники Най та Кім припустили, що «Кореї необхідно приділяти більше уваги м'якій владі» як одній із найважливіших стратегій культурної дипломатії країни, як це зробили уряд США, успішно використовуючи кіноіндустрію як ресурс для культурної дипломатії [37, 31–32].

Кіно є одним із найпотужніших засобів культурної дипломатії. Однак, для неангломовних фільмів, які намагаються прорватися на глобальні культурні ринки, мовний бар'єр може стати проблемою. Бруно Ловрік досліджував потенціал м'якої влади міжнародного експорту фільмів і кіноіндустрії як інструментів культурної дипломатії Південної Кореї, зазначаючи, що південнокорейські фільми мають справу з сучасним суспільством і демонструють набагато вищий рівень стилістичної сміливості, а також «кидають виклик глядачам за допомогою практики зміни жанру та утвердження важливості зображення в кінематографічному та культурному контексті» [32, 613].

Висловлюючи, останнім часом корейські кінокартини слугують як інструменту культурної дипломатії. «Корейська хвиля Халлю» надала «важливу можливість для уряду скористатися новою культурною та публічною дипломатією для просування корейських культурних переваг у світі, що глобалізується» [30, 201]. Д.Ю. Джін стверджує у своїй статті, що уряд використовує ефект Корейської хвилі «для підтримки своїх зовнішньополітичних цілей» [50]. Глобальний успіх хвилі Халлю також спричинив хвильовий ефект для інших галузей, зокрема туризму, косметики, продуктів харчування, моди та електроніки.

Розширення індустрії культури Південної Кореї сприяло розвитку її внутрішньої економіки [52]. Наполегливі зусилля південнокорейських розважальних компаній та інвесторів також окупаються. Попередні фільми режисера Пон Джун Хо, включаючи «The Host» (2006) і «Snowpiercer» (2013), є ветеранами незалежного кіно, після чого запустив широку маркетингову кампанію для фільму «Parasite», яка включала контент соціального маркетингу,

захопленням мережі. Після досягнення нагороди «Оскара» фільму «Parasite» акції компаній, що стояли за продюсуванням «Parasite», зросли більш ніж удвічі.

Назва фільму є важливим елементом маркетингової стратегії, оскільки вона як паратекст є першим контактом глядача з фільмом і може вплинути на його зацікавленість і рішення перегляду. Якщо переклад назви фільму не вдалий або не відображає суть фільму, це може викликати незацікавленість або неправильні очікування у міжнародних глядачів, що може призвести до зниження продажів квитків та вплинути на загальну репутацію фільму серед глядачів.

Прикладом такої ситуації може бути вище згаданий корейський фільм «Parasite» («Паразити»). У багатьох країнах назву фільму перекладали по-різному, і в деяких випадках вона не передавала повністю його семантичну та естетичну роль. Хоча англійська назва виражається в однині, якщо фільм перекладати як «Паразит», можна сплутати з іншою японською кінокартиною «Паразит: частина 1» (2014) [45]. Інший фільм корейського режисера Пон Джун Хо «Snowpiercer» (2013) («Крізь сніг») у деяких країнах назва була перекладена некоректно або змінена, що викликало плутанину серед глядачів. Наприклад, в Іспанії американський телесеріал за мотивами того самого роману «Snowpiercer» (2020) був випущений під назвою «Snowpiercer: Rompenieves» («Сніголом»), що могло призвести до сприйняття аудиторією як окремого фільму. В українському ж перекладі, фільм і серіал, мають однакову назву [46].

Починаючи з 1960-х років, Південна Корея дотримується державних моделей розвитку та висхідної економіки, орієнтованої на експорт [31, 21]. Таким чином, Південна Корея має імідж однієї з провідних країн на ринку кіноіндустрії на момент 2023 року, Міністерства культури, спорту та туризму (KMCST) і Президентської ради з брендингу нації вкладає великі грошові ресурси на розвиток та поширення своїх фільмів задля залучення іноземної аудиторії, що розвивають як культурні, так і дипломатичні стосунки. В такому разі, маленька помилка як некоректна адаптація корейських фільмонімів може

призвести до втрат як окремої групи, так і цілої глядацької аудиторії певної країни, та втрати туризму, поширення медіаконтенту та посиленню міжкультурних відносин.

2.2. Англiцизм в корейських фiльмонах

Поняття “конгліш”(콩글리시) у лінгвокультурному осередку Південної Кореї вперше з’являється в 80-х роках 20-го сторіччя. Англійські неологізми вперше втручаються під час Японської окупації з 1910-1945 р. Після Другої світової війни культура та мова США мали глибший вплив на корейців із прибуттям американської армії. Таким чином, конгліш був прийнятий з дедалі більшим використанням протягом років присутності США в Кореї [49]. Наразі лише 5% корейської лексики припадає на запозичення з інших мов [38, 12-13].

Процес запозичення зумовлений як екстралінгвістичними, так і лінгвістичними факторами: кінець 20-го і початок 21-го століття характеризувалися швидким розвитком масової комунікації та впливом нових інформаційних технологій на словниковий склад загальнонаціональних мов, що проявляється в різних способах вживання слів. Запозичена лексика, тобто англо-американізми, простіші у використанні. Тому не дивно, що 90% із 20 000 запозичених корейською мовою слів, не включаючи азійські мови, мають англійське походження [38, 115].

У контексті назв корейських фiльмiв конгліш iнодi використовується, щоб зробити назви бiльш привабливими або додати мiжнародний колорит. Запозичена лексика має конотацiї "сучасностi" i частiше використовується в розмовнiй мовi, на вiдмiну вiд традицiйноi корейськоi та китайськоi лексики з тим самим значенням. Ще однією причиною запозичень є те, що структура семантичного ряду в корейській мові є складною, слова мають майже невловні відтінки значення та стилю.

Американізація в назвах корейських фiльмiв належить до практики адаптацiї або змiни оригiнальноi назви корейськогo фiльму, щоб зробити її бiльш

доступною або привабливою для американської аудиторії, передбачаючи використання англійських слів, фраз або культурних посилань у назві. Американізацію можна розглядати з ракурсу практичної функції як маркетингову стратегію для розширення охоплення фільму та збільшення його шансів на успіх на американському ринку, оскільки використання конглішу у назвах фільмів — це творчий вибір кінематографістів і маркетингових команд, щоб підвищити глобальну привабливість фільму.

Наприклад, корейська назва комедійного фільму 2008 року «Скандалісти» (‘과속스캔’) містить англійське слово «скандал» («Scandal Makers»). Включення англійського терміну додає відчуття скандальності та вловлює комедійні елементи фільму, оскільки англіцизм звучить більш просто та легко, ніж автентичне слово.

Корейська назва фільму «Олдбой» (‘올드보이’) 2003-го року, знятого режисером Пак Чан Уком, була транслітерована англійською, утворивши назву «Oldboy». Англійська назва простіша та легша для вимови для англомовної аудиторії. Також, американізована назва мала на меті відобразити суть жанру фільму та віддати належне жанру трилеру, звертаючи увагу на історію головного героя фільму.

Рішення про американізацію назви фільму зазвичай приймається дистриб'юторами або маркетинговими командами з метою залучення ширшої аудиторії та підвищення конкурентоспроможності фільму в американській кіноіндустрії. Конгліш широко використовується в Південній Кореї, особливо в неофіційному контексті, і він став невіддільною частиною повсякденного спілкування корейців, особливо молодого покоління. Важливо зазначити, що конгліш відрізняється від правильної англійської або офіційної англійської, яка використовується в професійних умовах. Він є більш неформальним в лінгвістичному полі корейської мови й в основному використовується для зручності, гумору або для передачі відчуття сучасності та модності. В уряді

Південної Кореї існує думка, що конгліш завдає шкоди іміджу країни та є перешкодою для міжнародних ділових можливостей. Через це, 1991-го року, корейський уряд разом із провідними експертами ЗМІ, представленими Асоціацією редакторів корейської мови та корейських журналів, створив комітет з "узаконення" запозиченої лексики [51].

2.3. Труднощі перекладу назв фільмів з корейської мови на українську

Переклад назв фільмів з однієї мови на іншу може бути складним завданням, особливо якщо мови, що залучаються, мають значні культурні та лінгвістичні відмінності, як корейська та українська. Навколишній світ, духовне життя і поведінка людей відображаються у свідомості людини в певних когнітивних структурах, які зі свого боку усвідомлюються і перебудовуються в мовних категоріях і формах [10, 214]. Насамперед культурний контекст одна з визначних проблем, з якою можна зіткнутися під час перекладу назв фільмів з корейської на українську. Корейські фільмоніми часто містять культурні посилання, які можуть не мати прямого еквівалента в цільовій мові. Певні елементи корейської культури, гумор чи гру слів, як каламбури, може бути важко точно передати українською мовою.

Також, корейська та українська належать до різних мовних сімей, що означає, що вони мають різні граматичні структури, словниковий запас та ідіоматичні вирази. Знайти еквівалентні вирази чи створити нові, які резонують з українським глядачем, буває важко. Назви фільмів часто мають бути лаконічними, стислими та привабливими, щоб привернути увагу аудиторії. Іноді перекладена назва може бути довшою або втрачати оригінальну яскравість, що робить її менш привабливою для української аудиторії.

Перекладаючи назви фільмів, важливо враховувати правові обмеження, проблеми з авторським правом і маркетингові стратегії. Деякі назви, можливо, доведеться змінити, щоб уникнути порушення прав на торговельну марку або відповідати перевагам цільового ринку. Збалансування творчого аспекту перекладу з цими міркуваннями може ускладнити процес.

Щоб подолати ці труднощі, надзвичайно важливо мати кваліфікованого перекладача з глибоким розумінням мови оригіналу та перекладу, а також відповідних культурних нюансів. Співпраця між перекладачами, культурними консультантами та професіоналами з маркетингу може допомогти переконатися, що перекладені назви фільмів мають ефективний резонанс серед української аудиторії, залишаючись вірними оригінальному наміру. Багато перекладів назв фільмів здійснюються коштом недорогих перекладацьких кампаній. Дешеві переклади назв фільмів часто покладаються на низькооплачуваних перекладачів, які використовують машинний переклад. Ці переклади повністю нехтують тонкощами культурних норм [48].

Фільмонім може бути візитною карткою. На жаль чи на щастя, тиражуванням назв іноземних фільмів українською чи російською мовами займаються не лише професійні перекладачі, а й рекламодавці, продюсери та мовники. Усі вони намагаються створити справжній, яскравий заголовок [44, 156].

Наприклад, фільм про річкового монстра режисера Пон Чжунхо 2006 року корейською мовою називався просто ‘괴물’ (Монстр). Але перекладачі втратили простоту та вплив цієї назви з більш загальною та безглуздою англійською назвою «The Host». Можливо, це сталося частково через те, що титул назви «Монстр» був узятий за три роки до випуску американським фільмом з Шарліз Терон у головній ролі. Однак, це вплинуло на випуск фільму у США, оскільки бюджет фільму становив трохи менше ніж 11 мільйонів доларів, зібрав лише близько 2,2 мільйона доларів у Штатах і менше чверті мільйона у Великобританії.. На російському та українському ринках кіно, фільм отримав назву «Вторгнення динозавру». З такою адаптацією фільм радше відсилає до документально-історичного фільму, ніж сучасного трилеру.

Успішний переклад назви фільму – тонка справа. Для цього потрібно більше, ніж просто двомовність. Культурне розуміння, політична обізнаність і

навіть певне поетичне натхнення можуть зіграти ключову роль у тому, чи переклади назви фільму знизить або підвищить інтерес до фільму.

2.4. Визначення підходів до перекладу корейських назв фільмів українською мовою

В дослідженні 2019-го року виявили, що найчастіше використовуваною стратегією перекладу іноземних назв була транслітерація незалежно від жанру, регіону та дистриб'ютору фільму. Що стосується когнітивного та практичного значення опитування показало, що більшість респондентів віддають перевагу непрямому перекладу, тобто адаптації (48,5%) або трансформуванню (32,6%) перед транслітерацією (8,1%). Навіть респонденти, які стверджували, що мають високий рівень володіння англійською мовою, віддавали перевагу перепису чи адаптації над транслітерацією. Така тенденція глядачів була загальною, незалежно від їхнього знання іноземної мови [41, 108]. Ці результати свідчать про значну розбіжність між аудиторією, передбаченою стратегіями транслітерації кіномаркетологів, і реальними глядачами, які воліють розуміти чіткий зміст назв фільмів завдяки трансформації та адаптації.

Аналіз 2022-го року показав, що при перекладі назв англійських фільмів українською мовою доцільними є такі стратегії: прямий переклад назви, трансформація назви, а також логічна адаптація. Також, було встановлено, що переклади назв фільмів українською мовою не завжди були адекватними, оскільки перекладені назви не відповідали змісту, ідейній концепції та жанру фільму [44, 156-157].

Що стосується перекладу назв корейських фільмів українською мовою, то можна розглянути кілька підходів. Вибір підходу залежить від різних факторів, таких як культурна чутливість, цільова аудиторія, маркетингові стратегії та бажаний вплив. Підходи, які зазвичай використовуються для перекладу корейських фільмонімів і вже були розглянуті в теоретичному розділі:

- 1) Дослівний переклад: з метою збереження буквального значення оригінальної корейської назви. Однак важливо переконатися, що перекладена назва має сенс і відповідає культурі українською мовою. До них відносять транслітерацію, транскрибування у випадку антропонімів, корейських топонімів, теонімів, хрононімів, зоонімів та інших автентичних онімів. Транслітерація не може використовуватись у випадку використання конглішу в корейських фільмонах через відмінне лінгвокультурне поле. Наприклад: ‘파친코’ - “Патінко”; ‘악의 마음을 읽는 자들’ - “Ті, хто читає серця зла”.
- 2) Адаптація, недослівний переклад: може включати пошук еквівалентних виразів, ідіом або культурних посилань, які передають те саме значення або викликають схожі емоції. Адаптація дає змогу підвищити креативність і налаштувати процес перекладу. Наприклад: ‘왕관을 쓰려는 자, 그 무게를 견뎌라 – 상속자들’ - “Спадкоємці”.
- 3) Трансформація: до неї належить експлікація та дослівний переклад з поясненням. Цей підхід зазвичай використовується, коли назва корейською мовою містить значні культурні чи лінгвістичні елементи, які важко перекласти безпосередньо. Наприклад: ‘화랑’ - “Хваран: Молоді поети воїни”.
- 4) Безеквівалентний переклад, або евфемізуючий: не передає ні формальної, ні динамічної еквівалентності вихідної назви, але зберігає практичну, формуючи взагалі нову назву при адаптації. Наприклад: ‘괴물’ - “Вторгнення динозавра”.
- 5) Оригінальна назва: використовується для вже попередньо відомих, поєднаних з іншими художніми творами фільмів, зберігаючи переклад екранізованого літературного джерела або серії фільмів. Наприклад: ‘여신강림’ - “Справжня краса”.

Зрештою, обраний підхід має знайти баланс між збереженням вірності оригінальній корейській назві та забезпеченням того, щоб перекладена назва ефективно резонувала з українською аудиторією. Співпраця між перекладачами, консультантами з питань культури та експертами з маркетингу може допомогти оцінити відповідність і вплив різних підходів і вибрати найбільш прийнятний для кожної назви фільму.

2.5. Аналіз назв корейських художніх фільмів та їх українських перекладів

У цьому підрозділі будуть порівняні 50 різних перекладів корейських назв художніх фільмів, з зіставленням англійського та українського перекладів, з аналізом використання стратегій і ефективності перекладів. Список корейських фільмів та телевізійних драм взятий зі статей “100 Greatest Korean Films Ever” і “72 Найцікавіші Дарами: Велика Добірка.[47] Всі українські переклади взяті з сайтів BambooUA, Світ Дорам, Uakino, Kinorium, Netflix [43]. Англійські переклади та корейські вихідні назви з Вікіпедії та Netflix [42]. При виборі назв для порівняння керувались наявністю української адаптації, жанровою варіативністю та хронологією випуску фільмів, починаючи від 1970-х років до початку 2022-го року задля дослідження проблематики перекладу.

В таблиці подано приклад порівняння 25 з 50 корейських фільмонімів, на основі якого був здійснений аналіз:

№	Оригінал	Англ. переклад	Укр. переклад	Стратегія
1.	8월의 크리스마스	Christmas in August	Різдво в серпні	Дослівний
2.	아름다운 청년 전태일	A Single Spark	Одинока іскра	Недослівний(придає естетику)
3.	배용균	Why Has Bodhi- Dharma Left for the East?	Чому Бодхіхарма пішов на Схід?	Недослівний (жанр)
4.	카페 느와르	Café Noir	Кафе “Нуар”	Дослівно+стил. трансформація
5.	리틀 포레스트	Little Forest	Маленький ліс	Дослівний
10.	옥자	Okja	Окча	Транслітерація
11.	악녀	The Villainess	Злодійка	Дослівний
12.	신세계	New World	Новий світ	Дослівний
13.	피에타	Pieta	П’єта	Транслітерація
14.	도희야	A Girl At My Door	Дівчина біля моєї двері	Недослівний(евфемізуючий)
15.	나그네는 길에서도 쉬지 않는다	The Man with Three Coffins	Людина з трьома трунами	Недослівний (евфемізуючий)
16.	태극기 휘날리며	Taegukgi: The Brotherhood of War	38-а паралель	Недослівний (жанр і зміст)
17.	만다라	Mandala	Мандала	Транслітерація
18.	박쥐	Thirst	Жага	Недослівний (зміст)
19.	바보들의 행진	The March of Fools	Парад дурнів	Дослівний
20.	김씨 표류기	Castaway on the Moon	Робінзон на місяці	Недослівний (зміст, емоц. з.)
21.	좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈	The Good, The Bad, The Weird	Гарний,поганий, довбанутий	Експлікація
22.	달콤한 인생	A Bittersweet Life	Гірко-солодкий присмак життя	Експлікація
23.	복수는 나의 것	Sympathy for Mr. Vengeance	Співчуття панові Помсті	Недослівний (емоційн. з.)
24.	빈집	3-Iron	Пустий дім	Дослівний
25.	엽기적인 그녀	My Sassy Girl	Дрянная девчонка	Недослівний (лексика)

Табл. 2.5.1. Приклади перекладу назв фільмів взятих для аналізу

Окремо розглянемо деякі приклади адаптації з їх проблематикою:

Фільм ‘나그네는 길에서도 쉬지 않는다’(Мандрівник не відпочиває навіть у дорозі) базується на корейському романі з англійською назвою «Travelers Do Not Rest on the Road», але англійський фільмонім отримав назву «The Man with Three Coffins»(Людина з трьома трунами), що не є адекватною адаптацією, бо не зберігає оригінальну назву і не відсилає до вихідного літературного твору, заплутуючи аудиторію. В самому ж фільмі головний герої не мав трьох труп з собою в подорожі, що теж наголошує на евфемізаційну адаптацію.

Назва фільму 1965-го року ‘갯마을’(Приморське село) не має українського перекладу, оскільки не був популярний для адаптації в нашому ареалі проживання. В той час як телевізійна драма 2021-го року, під назвою ‘갯마을 차차차’ адаптована як «Приморське село Ча-ча-ча», структурно і семантично майже однакові, що може викликати непорозуміння.

Фільм ‘바보들의 행진’, випущений 1975-го року в Південній Кореї, дослівно перекладений українською мовою як «Парад дурнів» повністю дублює американський фільм 1971-го року з подібною назвою «Fools' Parade». Така адаптація не зберігає розрізняючу та номінативну функції назви, знижує конкурентоспроможність фільму і викликає плутанину. Це доводить перекладачу, що додержання дослівного перекладу та формальної еквівалентності не є перевагою над динамічною.

Телевізійна драма 2013-го року, в автентичній назві містить ідеонім ‘왕관을 쓰려는 자, 그 무게를 견뎌라 – 상속자들’(Ті, хто носять корону, і її вагу - спадкоємці), задля збереження лаконічності і відображення змісту була адаптована як «Спадкоємці». Однак, назва конкурує з двома іншими ідентично адаптованими на українському ринку кінопрокату кінокартинами, американському мюзиклу та телесеріалу. Переклад можна було зберегти у вигляді висловлювання, адаптованому під українську аудиторію, це зберегло б оригінальність фільмоніму і його диференціацію від інших.

Ефективне використання стратегій при перекладі може мати кілька ознак, що сприяють досягненню високої якості перекладу, а саме вірне передавання змісту через дотримання еквівалентного ефекту, врахування мовних особливостей лексики та структури обох мов, збереження стилю та тону переносючи естетичну та номінативну функції, адаптація до цільової аудиторії базуючись на фонових знаннях, асоціативного ряду певної культурно-етнічної групи. Приклади ефективного перекладу при аналізі корейських фільмонімів:

Серія фільмів ‘신과함께: 죄와 벌’ (З Богами: Злочин і кара) був адаптований як «З Богами: Два світи». Оригінальна назва стосується подорожі, в якій беруть участь боги, загробне життя та людські душі. Українська адаптація передає схожу ідею духовної подорожі за участю Богів, але уточнює краще сюжет.

Фільм ‘밀정’(Емісар), перекладений українською як «Секретний агент», розповідає про життя слідчого японської окупаційної поліції. Дослівно перекладаючи, слово “емісар” може бути незнайомим для людей, але українська адаптація більше інтригує до ознайомлення.

Відомий психологічний трилер 2016-го року режисера Пак Чан Ука ‘아가씨’ був перекладений англійською як «Handmaiden». Оригінальна назва означає «леді» або «міс», була змінена на «Служниця», щоб надати більше контексту та інтриги щодо історії фільму. Наприклад, в Іспанії фільм був випущений під назвою «La doncella» (Дівчина), що не передає повністю його сюжетну лінію. Це могло призвести до невірних очікувань глядачів і втрати потенційної аудиторії.

Один із відомих корейських фільмів воєнного жанру ‘태극기 휘날리며’, дослівно перекладається як "Розмахуючи корейським прапором", в англійській адаптації виражене експлікацією, з транскрибованим словом ‘태극기’(національний прапор Південної Кореї). Для необізнаного глядача

спеціалізована лексика може бути чужою, тож українська адаптація передає зміст і жанрову специфіку у назві «38 паралель».

Комедійно-романтичний фільм ‘김씨 표류기’ важко дослівно перекласти, зберігаючи емоційне забарвлення. Дослівно як “Дріфт містера Кіма” може спричинити непорозуміння та породити асоціації зі спортивним жанром на тему перегонів. В такому випадку, адаптація «Робінзон на місяці» відтворює як комедійну стилістику, так і інтригує до перегляду цікавою адаптацією.

Вірне передавання змісту, врахування мовних особливостей, збереження жанрового та стилістичного забарвлення, адаптація до цільової аудиторії, а також, додаткове ознайомлення з анотацією, змістом фільму, досліджень схожих адаптацій назви та професійний підхід сприяють ефективному перекладу та налаштуванню комунікативної функції між фільмом та глядачем.

Висновки до розділу 2

Глобальний успіх кіноіндустрії через корейську хвилю Халлю сприяло розвитку її внутрішньої економіки. Таким чином, Південна Корея має імідж одної з провідних країн на ринку кіноіндустрії, невеликі помилки, такі як неправильна адаптація назви корейського фільму, можуть призвести до втрати як окремих груп, так і цілих аудиторій у певній країні, а також позбавити розвитку туризм, поширенню медіаконтенту та знизити обмін міжкультурним відносинам. Поняття конглішу є невіддільним в осередку корейських фільмонімів, посиляється на залучення англомовної аудиторії, та глобалізації фільму в загальному. Також, до перекладу залучають не лише професійних перекладачів, а й рекламодавців, продюсерів, що спричиняє неадекватний переклад.

Більшість респондентів віддають перевагу непрямому перекладу, тобто адаптації, або трансформуванню ніж транслітерації. При перекладі корейських фільмонімів українською було визначено застосування таких підходів: дослівний переклад, адаптація, трансформація, недослівний переклад та збереження оригінальної назви. Проблемою неправильного використання стратегій при перекладі, а також прямий переклад англійських та російських адаптацій може бути спричинений відсутністю прямого транслювання корейської кіноіндустрії на український медіаринок та міцного культурного обміну для підготовки адекватної адаптації корейського фільмоніму спеціалістами.

ВИСНОВКИ

Лінгвокультурна інтерпретація перекладу назв фільмів дозволяє виявити мовні та культурні особливості конкретної країни, а також виявити нові тенденції перекладу за певний проміжок часу. Основним питанням цієї проблеми на цей час є проблема сумісності корейського та українського культурного коду та мови, що відображається на рівні можливості підбору еквівалента.

У цій ситуації необхідно використовувати екстралінгвістичні компоненти обох мов, вихідної мови та мови-рецепієнта. З одного боку, інтерпретатор, або локалізатор, як перекладач безпосередньо назв фільмів, повинен всебічно і системно представляти не тільки мовну структуру вихідної мови, але й знати й розуміти на високому рівні певні нюанси ментальності, світогляд носіїв мови та засоби його вираження на всіх рівнях мови. Крім того, необхідно, щоб перекладач усвідомлював культурний, соціальний та гуманітарний контекст певного поточного моменту, що дає змогу використовувати певні мовні засоби та екстралінгвістичні посилення для передачі назви фільму в контексті іміджу Північної Кореї як провідної країни на ринку кіноіндустрії.

Залучення спеціалістів до перекладу фільмонімів є необхідним. Якщо бар'єр між етнокультурними суспільствами виникає через те, що їх представники висловлюють свої думки звичною для них формою, то для того, щоб подолати цей бар'єр, потрібен перекладач. Оскільки саме перекладач володіє знаннями мовних особливостей обох сторін і здатний донести інформацію від адресата до одержувача з мінімальними втратами смислової складової повідомлення, включенням в переклад еквівалентних та інформативних елементів, додержанням основних функцій фільмоніму, з використанням доцільної стратегії при інтерпретації.

Враховуючи поширення корейського кіно в українському медіапросторі проблеми непорозуміння, а також певні культурні особливості етнічних груп надають широке поле для обміну культурними аспектами, але непрофесійна інтерпретація переданої інформації може призвести до конфліктних ситуацій,

вирішення яких може вимагати додаткових зусиль. Отже, перекладач не просто перетворює текст з однієї мови на іншу. Він повинен бути обізнаний з діапазоном лінгвістичних і культурних особливостей мови, і, стикаючись з різними репрезентаціями мовної та культурної реальності, він повинен пропонувати ідеї, які відповідають мові й зрозумілі українському глядачеві.

Аналіз 50 назв показав, що при перекладі корейських фільмонімів українською мовою надавалась перевага стратегії дослівного перекладу (44%), слідуючи стратегією недослівного перекладу (40%), трансформація у вигляді експлікації (10%), та оригінальна назва (8%). З них дослівний з англійської мови, що містив конгліш займав 16%, з корейської також 16%, та пряму транслітерацію - 12%. Адаптація представлення для передачі емоційної забарвленості, жанру та змісту у 28%, евфемізуюча - 12%. В більшості випадків український переклад або повністю відсутній, або представлений лише російською адаптацією, що унеможлиблює аналіз всіх назв, представлених у списку англійської статті. Проблемою виступають саме назви корейських фільмів минулого сторіччя, що не були популяризовані на той час на теренах українського кіноринку.

Базуючись на цьому дослідженні можна зробити висновок, що використання обох стратегій доместикації та калькування є доволі однаковим при перекладі корейських фільмонімів. Відносно велику частину займає переклад конглішу, що наголошує на його популяризації серед назв корейських фільмів, особливо сучасних кінокартин ХХІ століття. Проблемою є дослівний корейський переклад на українську, що здійснюється часто з англійської та російських адаптацій. Евфемізуючий, або нееквівалентний переклад, що не відображає ані формальну, ані динамічну еквівалентність вихідної назви, теж становить достатньо відносний процент, такий переклад був спричинений різними вихідними лінгвістичними осередками, а також, при необізнаності змісту, або невдалого підбору еквівалента перекладачем. Стратегія збереження оригінальної назви не є загальноуживаною через специфіку використання.

Проблемою неправильного використання стратегій при перекладі, а також прямий переклад англійських та російських адаптацій може бути спричиненим відсутністю транслявання корейських кінокартин по українським національним телевізійним або інтернет-каналам, розповсюдженням та поширенню лише в медіапросторі Інтернету, відкидаючи можливість сумлінної та належної праці при українській адекватній адаптації.

В нашому дослідженні ми провели аналіз адаптації корейських художніх фільмонімів, виявили найуживаніші стратегії, їх ефективність та проблематику, сформуvalи загальні функції й стратегії назв художніх фільмів в контексті ономастики, та підтвердили актуальність дослідження перекладу корейських фільмонімів в українському лінгвокультурному осередку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В.П. Андриенко, Н.А. Пилипей, Д.А. Шалыга //К вопросу адекватности перевода названий художественных фильмов// Культура народов Причерноморья. — 2013. — № 255. — С. 201-204.
2. Богданова О. Ю. Заголовок як елемент тексту. Житомир. 2007. С.209
3. Бучко Д. Г. Словник української ономастичної термінології. Харків: РанокНТ, 2012. 256 с.
4. Горшкова В. Є. Назва фільму як невід'ємна частина образу змісту. Ірпінь: ІГЛУ, 2011. С. 28–37.
5. Зубко А. М. Українська ономастика: здобутки та проблеми. Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. 2007. С. 262–281.
6. Іваницька Н. Б// Англомовні Фільмоніми В Українському Перекладі// Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2021. С.103-111
7. Карпенко Ю. О. Вступ до мовознавства. Київ: Академія, 2006. с. 336
8. Кныш Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке. Дис. к.ф.н. – Одесса, 1992. – 191 с.
9. Кныш Е. В. Наименование кинофильмов как объект ономастики / Е.В.Кныш. // Актуальные вопросы русской ономастики. – Киев, 1988. – С.106–111.
10. Комиссаров В. Н. Слово о переводе. Москва : Международные отношения, 1973. с. 214
11. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – с.253
12. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: Изд-во ЭТС. – С.424

13. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця : Нова Книга, 2003. с. 448
14. Кривонос Я. В. Нормативні проблеми українського перекладу американської кінопродукції. Лінгвістика. 2010. № 1. С. 176–182.
15. Крупеньова Т. І. // Українські Фільмоніми ХХІ Століття: Структурно-семантичний Аспект// Науковий вісник Херсонського державного університету. 2020. №1. С. 216-221
16. Лукьянова Т. Г. Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську мову. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2011. №973. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 68. С.183–188.
17. Ознаки комунікативного перекладу творів М. Рильського на перекладі трагедії "Король Лір": О. Башманівський - Житомир, Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2015. - с. 2.
18. Подзюбанчук І.М., Сокол Т.В. "Film title translation: modern trend and tendencies" - Київ, КМПУ, 2017 - с. 1-2.
19. С.О. Вербич// Сучасна Українська Онімна Лексика: Функціональний Аспект// Вісн. НАН України, 2008, № 5. с. 54-60
20. Співвідношення стратегій перекладу та рівня перекладацької компетентності майбутніх фахівців у галузі міжнародних відносин// Черноватий Л. М., Липко І. П. //Вісник №131. - 2015. - с.163-167
21. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : дис. д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 502 с.
22. Яхнюк Т. О. Використання фрагментів художніх відеофільмів для навчання студентів мовних спеціальностей соціокультурної англійської лексики: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Тетяна Олександрівна Яхнюк. К., 2002. С. 203
23. Ballard M. Unité de traduction revue et corrigée. Вестник ИГЛУ. Сер. Филология. 2008. № 4. С. 17–22.

24. Cull, N. 2008. Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* 616. pp.31–54.
25. Fan Zhongying. (1994). *Practical Translation Course*. Beijing: Foreign Language Education and Research Press. c. 75
26. Fan, Y. 2010. Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy* 6. pp. 97–103.
27. Frandsen, Finn (1991): Avisens paratekst. in *Mediekultur* 16, 1991.pp.81-91
28. Genette, Gérard (1987): *Seuils*. Paris, Seuil. pp.87
29. Han-Nae Yu, Hunil Park, Choel Ja Jeong “Translation strategies for film titles in Korea: Exploring actual viewers’ responses in cognitive and behavioural aspects” - 2019, Chonnam National University, Hangeuk National University – pp. 5-6.
30. Jang, G., and W.K. Paik. 2012. Korean Wave as tool for Korea’s new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology* 2. pp. 196–202.
31. Kim, T.Y., and D.Y. Jin. 2016. Cultural policy in the Korean Wave: An analysis of cultural diplomacy embedded in presidential speeches. *International Journal of Communication* (online) . pp. 21.
32. Lovric, B. 2018. From film stories to national soft power: Policies and film content of South Korea, Japan, and China. In *The Palgrave handbook of Asian cinema*, ed. A.H.J. Magnan-Park, G. Marchetti, and S.K. Tam, pp. 609–630. London: Palgrave Macmillan.
33. Miram G. E., Daineko V. V., Taranukha L. A., Grischenko M. V., Gon A. M. *Basic translation*. K. : Elga, Nika-Center, 2002. p. 247
34. Nida, E. A. : *Towards a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating* - I. J. Brill, Leiden, Netherlands, 1963 – pp. 167-168.
35. Nord, C. *Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point*. Target / C. Nord. 1995. – pp. 261– 284.

36. Nye, J. 2004. Soft power and American foreign policy. *Political Science Quarterly* 119. pp. 255–270.
37. Nye, J., and Y. Kim. 2013. Soft power and the Korean Wave. In *The Korean Wave: Korean media go global*, ed. Y. Kim. pp. 31–42. Abingdon: Routledge.
38. Sohn Ho-Min, *The Korean language* (Cambridge Language Surveys). Cambridge: Cambridge University Press, 2001. pp. 445.
39. Venuti L. *The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference*. New York: Routledge, 1998. P. 50 – 62.
40. 오미형. (2012). 한국영화의 제목번역 고찰. *번역학연구*, 13(1), 59-85. – pp. 4-5.
41. 유한내, 박헌일 and 정철자. (2019). Translation strategies for film titles in Korea: Exploring actual viewers’ responses in cognitive and behavioural aspects. *통번역학연구*, 23(3), pp. 89-116.
42. Взяті для прикладів корейські оригінальні та англійські переклади назв - Вікіпедія: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>, Netflix: <https://www.netflix.com/ua/>
43. Взяті для прикладів українські переклади назв - Світ дорам: <https://doramy.world/>, BambooUA: <https://bambooua.com/>, Kinorium: <https://ua.kinorium.com/121666/>, UAkino: <https://uakino.pl/u>
44. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика : Klymenko T. A., Suima I. P “Translation of the film title as a cultural phenomenon”. 2022. с. 152-156 - <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.2-1/26>
45. Перекладена назва “Parasyte” - <https://uakino.pl/68087-parazit-chastina-1.html>
46. Перекладена назва “Snowpiecer” - <https://www.netflix.com/ua/title/80177458>

47. Список корейських фільмів та драм для аналізу -
<https://www.koreanscreen.com/100-greatest-korean-films-100-51> ,
<https://liza.ua/uk/stars/tv-shows/top-10-doram-samye-interesnye-korejskie-serialy/>
48. DayTranslationBlog: Brian Oaster “The Best and Worst of Movie Title Translations”(3 August 2017) -
<https://www.daytranslations.com/blog/movie-title-translations/>
49. Fullerton, Charles (24 December 2009). "Origins of Konglish" -
https://www.koreatimes.co.kr/www/opinion/2023/05/137_57881.html
50. Jin, D. Y. 2020, May 26. The Korean Wave. George Journal of International Affairs. - <https://gjia.georgetown.edu/2020/05/26/the-korean-wave/>
51. Konglish. Media must use correct English // 7.02.2012 The Korea Times -
https://www.koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2012/02/137_104323.html
52. Xu, A., & Hahm, H. 2018, May 17. Hallyu exports hit USD8.2 billion. Korea Net. -
<https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=159075>