

**Демочко Г. Л.**

*кандидат історичних наук,  
доцент катедри суспільних наук  
Харківського національного медичного університету  
м. Харків, Україна*

**Уманець А. Ю.**

*студентка II медичного факультету  
Харківського національного медичного університету  
м. Харків, Україна*

## **ХВИЛЯ ХАЛЛЮ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСЛЯЦІЇ АЗІАТСЬКОЇ КУЛЬТУРИ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ КРАЇНИ**

Поняття глобалізації, взаємовпливу культур та міжкультурного діалогу сьогодні вже ні для кого не є новиною, проте мало хто каже про вплив азійської культури на світ. Цікаво те, що історично та культурно східний регіон був значний час закритим, розвивався законсервовано, що дало змогу йому зберегти особливе культурне середовище, досить таємниче та цікаве, яке викликає більше питань ніж дає відповідей. Та сьогодні ми спостерігаємо не просто відкриті двері для співпраці з азійським світом, а двері, які виносять «з ноги» представники хвилі халлю – корейської хвилі, яка захопила світ, не оминувши й Україну [1].

Яким чином ми можемо спостерігати хвилю халлю? Де стикаємося з корейською культурою та який ефект маємо від цього? Чим допомагає у цьому Посольство Республіки Корея в Україні?

В першу чергу, халлю цікава тим, що має шалений, потужний вплив на такі сфери, як музика, кіноіндустрія та світ моди. Від цього ми маємо й таку похідну, як підняття рівня цікавості до корейської мови. До речі, у Дніпрі функціонує Дніпровський інститут короля Седжона, який вже котрий рік поспіль набирає студентів на контрактній основі. Інститут короля Седжона – це державний заклад під керівництвом міністерства культури, спорту та туризму, який має на меті популяризувати навчання корейській мові та культурі за кордоном. На даний момент інститут функціонує в 76 країнах, 213 місцях, в тому числі й в Україні [2]. Це свідчить вчергове про те, що ефект хвилі халлю проявляється у різних сферах взаємодії між країнами, а культурне середовище, як найсприйнятливіше, демонструє зацікавленість українців азійськими цінностями, зокрема – культурою Корей.

Що ж до проявів хвилі халлю як в Україні, так і у світі, можна зазначити: азійські цінності та ментальність якнайпозитивніше впливають на українське суспільство та молодь. Поняття k-pop вже давно вийшла за рамки суто музичного стилю, перетворившись на потужний молодіжний мейнстрім. Виконавці-«айдоли» транслюють через специфічну музику корейською мовою загальнолюдські моральні засади, актуальні для кожного. То ж у даному випадку мова не має значення, бо досягають такі пісні серця кожної людини незалежно від віку, національності, кольору шкіри, гендеру чи статевої орієнтації. Корейські бенди захопили не тільки внутрішні соціальні мережі, як то Naver та Daum, а вийшли на загальносвітові платформи Twitter, YouTube, Weverse, VLive, TikTok [3]. До речі, першою k-pop піснею, яка стала всесвітньо відомою, стала легка на мотив, жартівлива композиція Gangnam Style південнокорейського репера Psy у 2012 році. Це відео з найбільшою кількістю переглядів на YouTube, яке наразі має 4,5 мільярда.

Створення сприятливого середовища шанувальників, фандому, вже вийшло за межі посиденьок з друзями. Наприклад, UAverse – український фандом найпопулярнішого корейського бойз-бенду групи BTS, за довоєнних часів проводив зустрічі однодумців з метою згуртувати українських фанатів та долучити до різних проєктів, у тому числі не тільки мистецьких, а й благодійних. Під час повномасштабного російського вторгнення команда UAverse віддала заощаджені з проєктів гроші та збрала ще майже сто тисяч гривень на мікроавтобус для волонтерів, який доправили до Харкова. Від проєктів, які сьогодні відбуваються у Києві та Львові, також частка грошей йде на допомогу ЗСУ.

Люди, які об'єдналися заради музики, тепер активно включаються у волонтерську діяльність завдяки цінностям, трансльованим групою: «Люби себе, цінуй час, відкрийся світові». З цими меседжами учасники гурту декілька разів виступали навіть на Генеральній Асамблеї ООН, що вчергове підтверджує прихильність світу до корейської культури. Вибір амбасадорів ГА ООН став правильним вектором для впливу не тільки на молодь, але й на ширшу аудиторію, яка цікавиться самим гуртом та поділяє цінності.

Увесь світ підкорився корейському кінематографу 2020 року, коли фільм «Паразити» отримав декілька «Оскарів», у тому числі і за кращий фільм [4]. Справжнім вибухом став вихід 2021 року на екрани серіалу «Гра в кальмара», дохід від якого канал Netflix оцінив у 900 млн. доларів. Прибуток став у 42 рази більшим, ніж витрати на зйомки фільму. Вийшовши на екрани 17 вересня 2021 року, серіал очолив топ у 90 країнах світу. Сьогодні велика кількість грошей вкладається у кіноіндустрію, чекаючи нового прориву та картини із соціально драматичним сюжетом,

у якому кожен житель планети може впізнати себе та власні недоліки, які висміюються у картині.

Сфера моди також не позбавилася впливу халлю. «Рафінована простота – те, що не вдається створити багатьом європейським дизайнерам, але те, що в корейців у крові» – пишуть світові модні критики, оцінюючи творчий потенціал місцевих дизайнерів [5]. Цікаво те, що корейська мода не замикається на власних трендах, вона відкрита світові, а співпраця з іноземцями вражає. Відомі актори, айдоли та медійні особистості стали лицем тих чи інших брендів. І тут можна дивитися на співпрацю суто з прагматичного погляду, але аксіома одна – світові подобається халлю, а сама корейська хвиля відкриває для себе нові імені у різних сферах. Так, відомий учасник гурту BTS Кім Техьон у кліпі “Butter” мав шляпу від українського дизайнера Руслана Багінського зі Львова [6], а J-Норе обрав для кліпу Rush Hour джинси української модельєрки Наталії Зінько [7].

Перспективи співпраці між країнами світу та азійським регіоном сьогодні значно зросли, адже на базі хвилі халлю вже досягнуті певні зрушення не тільки у культурній сфері, а й в економіці. Ці взаємопов’язані сфери доводять, що культурний базис може стати визначальним чинником для притоку капіталу. Якщо ж додати до цього політику «м’якої сили», як охарактеризував її американський політолог Джозеф Най, то потенціал хвилі халлю можна помножити в рази. У складній ситуації військової напруги по всьому світові, в тому числі й в азійському регіоні через агресивні дії КНДР, варто підтримувати халлю, головним меседжем якої є любов та мир для усього світу. Міцні стосунки України й Республіки Корея є найкращою запорукою для плідної співпраці.

### **Список використаних джерел:**

1. Пелюшенко О. Корейська хвиля (халлю) – «м’яка сила» Країни Вранішньої Свіжості. *Читай*. 2021. 8 грудня 2021.
2. Дніпровський інститут короля Седжона. – Офіційний сайт Посольства Республіки Корея в Україні. URL: [https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/brd/m\\_8608/view.do?seq=761641](https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/brd/m_8608/view.do?seq=761641)
3. Хёнчжун П. История успеха BTS и как это повторить самостоятельно / П. Хёнчжун. Издательство АСТ, 2018.
4. Собецька Я., Раєвський Д. «Гра в кальмара» став найпопулярнішим серіалом Netflix, BTS очолюють Billboard, а в Оксфордський словник додали 26 корейських слів / Я. Собецька, Д. Раєвський // Бабель. 13 жовтня 2021 р. URL: <https://babel.ua/texts/71311-gra-v-kalmara-stalamayzhe-naypopulyarnishim-serialom-netflix-bts-ocholyuyut-billboard-a-v>

oxsfordskiy-slovník-dodali-26-koreyskih-sliv-pivden-na-koreya-zahoplyuye-svit-tak-i-vse-yde-za-planom

5. Погорелов О. Халлю, або корейська хвиля, що захопила світ. *Ogoněk*. 4 жовтня 2022 р.. URL: <https://ogonek.shop/blogs/blog/hallyu-or-korean-wave-that-took-over-the-world/>

6. Мережу підриває фото соліста К-поп гурту BTS, який одягнув капелюх Ruslan Baginskiy. URL: [https://lifestyle.24tv.ua/fashion/solist-gurtu-bts-odyagnuv-kapelyuh-ukrayinskogo-novini-ukrayini-i-svitu\\_n1629560](https://lifestyle.24tv.ua/fashion/solist-gurtu-bts-odyagnuv-kapelyuh-ukrayinskogo-novini-ukrayini-i-svitu_n1629560)

7. @Natashazinkomagazin. URL: <https://www.instagram.com/p/CjDpZpПЗYj/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-288-6-17>

**Коцюба О. О.**

*студентка V курсу факультету східних мов  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
м. Київ, Україна*

**Семеніст І. В.**

*доктор філологічних наук, кандидат історичних наук,  
декан факультету східних мов  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
м. Київ, Україна*

## **ПРОБЛЕМА ВИБОРУ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ СТРАТЕГІЙ АДАПТАЦІЇ КИТАЙСЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ (НА ПРИКЛАДІ ОПОВІДАННЯ ЦАНЬ СЮЕ «ЧОРНІ ОЧІ»)**

Переклад існує ще з часів виникнення перших відмінностей між мовами. У сьогоденні, залежно від мети, він може виконувати безліч різноманітних функцій, проте найголовнішою та найстаршою була і лишається соціальна. На доволі простому рівні вона виражається у забезпеченні міжмовної комунікації окремих людей. Однак, якщо поглянути з точки зору художнього перекладу, його соціальна функція – надавати світовій спільноті доступ до культурного спадку окремих народів, що, своєю чергою, забезпечує взаємний обмін літературним досвідом, взаємне мовне та культурне збагачення, поглиблення уявлень людей про світ. Недарма термін «переклад» майже завжди