

**ПЕРЕКЛАДИ
З УКРАЇНСЬКОЇ
після 1991 року**

Факти, тенденції, рекомендації

*Резюме досліджень, проведених
у межах проекту Book Platform*

Автори досліджень:

- Анушаван Месропян
- Ріта Кіндлерова
- Надія Поліщук
- Ірина Дмитришин
- Єлена Куртанідзе та Валентина Марджанішвілі
- Катерина Стецевич
- Тимофій Гаврилів
- Ірина Сабор
- Олександра Братчук
- Анатолій Івченко
- Алла Татаренко
- Софія Волковецька (Косарчин)

**Вступ, резюме результатів досліджень
та рекомендації**

Надежда Радулова та Яна Генова

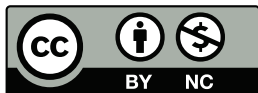
**Коментарі до результатів досліджень
Анетта Антоненко**

**Переклад з англійської
Мирослава Березовська і Тетяна Остра**

**Редагування українського тексту
Мирослава Прихода і Оксана Казановська**

*Ця публікація не відображає офіційної
точки зору Фондації Next Page.*

Ця публікація доступна на умовах
Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike
Ліцензія 3.0



Не для продажу. Лише для вільного розповсюдження

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
НАВИЩО “МАПУВАТИ” ПЕРЕКЛАДИ ?	6
ОБСЯГ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ПЕРЕКЛАДІВ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	8
РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ: РЕЗЮМЕ З ВИСОТИ ПТАШИНОГО ПОЛЬОТУ	12
ПРОГРАМНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ДИЛЕМИ	25
СПОСОБИ ПІДТРИМКИ ПЕРЕКЛАДІВ	29
КОМЕНТАРІ ДО ДОСЛІДЖЕНЬ	34

Додаткові матеріали, що доступні онлайн
англійською та українською на сайті проекту
www.bookplatform.org:

1. Повна версія усіх десяти досліджень
перекладів з української
2. Пошукова бібліографічна база
3. Технічне завдання до досліджень перекладів,
що описують мету та очікувані результати
4. Корисні дослідження з інших країн
(переважно англійською мовою)

ВСТУП

Дана публікація є результатом дослідження, яке тривало один рік і відображає стан перекладів з української мови на десять іноземних мов, починаючи з 1991 року до сьогоднішнього дня. Тексти, включені в дане дослідження, значною мірою опираються на роботу дослідників за дорученням ГО «Форум Видавців» (Львів), які підготували повну бібліографію та глибинний аналіз перекладів з української на вірменську, чеську, англійську, французьку, грузинську, німецьку, норвезьку, польську, сербську та шведську мови.

Дослідження пропонує свіжий конструктивний погляд на питання, які хвилюють літературну, культурну та видавничу громадськість України:

Чи українська література добре відома читацькій аудиторії інших країн? За допомогою яких механізмів відбувається переклад та публікації з української мови? Які рекламно-інформаційні методи є найефективнішими та що можна зробити, щоб покращити присутність української культури за кордоном посередництвом перекладів?

Відповіді на ці запитання не є такими простими та вичерпними, як здається на перший погляд. На присутність українських творів у перекладі впливає як наявність досвідчених посередників (перш за все, перекладачів!), цілісної стратегії та підтримки, так і контекст країни-реципієнта: його культурна та книжкова інфраструктура, літературні традиції та очікування читацької аудиторії. Саме тому дана публікація та десять досліджень пропонують загальні рекомендації стосовно елементів успішної стратегії популяризації українських літературних творів і одночасно окреслюють особливі риси, притаманні різним мовам-реципієнтам.

Проект *Book Platform* хоче висловити свою подяку авторам десяти досліджень за високу якість їхньої роботи та відданість. Ми також вдячні Анетті Антоненко та Софії Волковецькій (Косарчин), які здійснювали координацію підготовки досліджень та моніторингу результатів.

Проект Book Platform разом з даною публікацією отримав фінансову підтримку від Європейського Союзу та був втілений у рамках Культурної програми Східного Партнерства.

Дослідження та бібліографія охоплюють переклади праць, написаних українською мовою та/чи громадянами України та опублікованих у книжковому форматі у перекладі як в Україні, так і за кордоном упродовж 1991-2012 років.

НАВИЩО «МАПУВАТИ» ПЕРЕКЛАДИ?

Переклад є невід'ємним засобом поширення ідей та літературних праць іншими мовами та в інших культурах. Це набагато більше, ніж просто інструмент передачі тексту з однієї мови на іншу; це мистецтво та творчий акт сам по собі. Переклади є ключем постійного збагачення будь-якої мови та культури, вони також нагадують нам про те, що жодна культура і жодна мова не є закритим цілим.

Переклади відіграють різну роль в різні історичні моменти, тоді як критерії перекладів також відрізняються історично. Вибір твору для перекладу і те, як його представити аудиторії, визначається мінливими соціальними та економічними обставинами, а також діяльністю різних посередників: авторів, перекладачів, видавців, агентів, фондів та організацій-спонсорів тощо. Іншими словами, вибір твору для перекладу та публікації залежить від величезної кількості інтересів, часто доволі суперечливих, а також інших факторів, які слід враховувати. Після публікації переклади живуть власним життям у контексті мови-реципієнта: сприйняття читачами, успіх на ринку та подальшу долю кожної опублікованої книги важко передбачити.

«Мапування» потоку перекладів, в даному випадку українських текстів та авторів, має на меті пролити світло саме на ці ледь помітні механізми, котрі визначають факт перекладу, ті ледь відчутні наслідки будь-якого перекладу на літературне спілкування між двома мовами. Подібні дослідження є особливо важливими для таких мов як українська з її багатогою традицією та сучасним непривілейованим становищем як мови-джерела для перекладу. Вперше дана колекція досліджень подає детальну бібліографічну інформацію про переклади з української мови після 1991 року на десять

мов-реципієнтів. Дослідження, побудовані на достовірних емпіричних даних, є незамінним джерелом для багатьох тлумачень та аналізу. Ці дослідження доповнені історіями успіху, а також іменами визначних осіб та організацій, які можуть послужити основою майбутньої стратегії популяризації українських творів за кордоном.

Повне дослідження по кожній країні, а також поточний підсумок може бути корисним для всіх, хто має відношення до перекладів, видавництва та культурного спілкування як в Україні, так і за кордоном. Серед потенційних користувачів як з боку організацій, так і окремих осіб, можуть бути такі: видавці з України та інших країн, агенти, автори, перекладачі, журналісти та видавці періодики, книгорозповсюджувачі, літературні критики та дослідники. Зрештою, дані дослідження та розділ «Стратегічні рекомендації» розроблені для усіх, хто залучений до формування та втілення культурної політики: таких закладів як Міністерство культури України, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Міністерство закордонних справ, Міністерство освіти, відділи культурного та гуманітарного співробітництва при посольствах, організації у діаспорі, відділи українських студій, асоціації письменників та перекладачів та усі інші громадські, приватні чи громадянські організації, віддані справі більш ефективної популяризації української культури за кордоном.

ОБСЯГ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ ПЕРЕКЛАДІВ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Метою даного дослідження є збір інформації та аналіз тенденцій у потоці перекладів з української на десять іноземних мов. Така робота по збору та оприлюдненню бібліографічної інформації проводиться в Україні вперше після здобуття нею незалежності.¹

Автори дослідження по країнах були обрані та затверджені ГО «Форум видавців» - партнерською організацією, яка реалізовує проєкт *Book Platform* в Україні. Авторів² досліджень мають різний досвід, більшість з них, хоча і не всі, проживають та працюють у країні, яка є об'єктом дослідження, та мають відношення до книжкової галузі у ролі перекладачів, академіків, видавців чи журналістів. В кожній країні дослідників обирали не лише тому, що вони працюють у книжковій галузі, у більшості випадків перекладачами, але й тому, що вони виступають посередниками у культурному спілкуванні між Україною та відповідною країною. Наявність академічного підходу до дослідження стало основним критерієм у виборі дослідників з сербської, французької та німецької мов серед академіків, залучених до роботи з перекладами, дослідженнями та популяризації української літератури.

Відповідно до мети дослідження, «Українські переклади» включають книги усіх жанрів, написаних українськими авторами, незалежно від мови оригіналу, обраної автором. Таким чином, бібліографія перекладів включає тексти, написані не лише українською, але й російською, а також і переклади з церковнослов'янської мови. Визначення «українського автора» було передано на розгляд окремих дослідни-

¹ Повний бібліографічний довідник перекладів з української на десять мов-реципієнтів, охоплених даним дослідженням, можна знайти за таким посиланням www.bookplatform.org/en/library.html

² Детальну інформацію про авторів дослідження можна знайти у кожному з досліджень за посиланням www.bookplatform.org/en/activities/53-translations-from-ukr-en.html

ків і більшість з них віддали перевагу методу відбору авторів на основі того, як вони самі себе визначають, а не на основі мови, якою вони пишуть. Фактично кількість перекладів, котрі увійшли до даного дослідження і чия мова оригіналу є українська, є порівняно низькою. Бібліографія містить 36 творів, написаних російською мовою (31 твір авторства Андрія Куркова) та лише один твір церковнослов'янською мовою. Бібліографічна інформація включає лише ті переклади, які опубліковані у форматі книги, видані як у країні мови-реципієнта, так і в Україні. Таким чином, тоді як сама бібліографія виключає статті у періодичних виданнях чи окремо перекладені уривки, опубліковані в антологіях, дослідницькі органи беруть до уваги такі публікації у тому числі.

Період часу, охоплений дослідженням, починається з 1991 року з метою змалювання реалістичної картини ситуації у новому контексті політичної незалежності та ослаблення централізованої економіки, а також підтримуваної державою та ідеологічно мотивованої політики популяризації перекладів.

Десять цільових мов, представлених у дослідженні, звичайно ж, не дають повної картини потоку перекладів з української мови. Беручи до уваги часові та ресурсні обмеження, десять мов були обрані як репрезентативний зразок, який включає найбільші європейські книжкові ринки (англійська, німецька, французька), одну важливу мову сусіда (польську), дві мови держав-сусідів ЄС (грузинська та вірменська), а також кілька менших європейських мов (сербська, шведська, чеська та норвезька). Важливо, що дослідження перекладів на англійську, французьку та німецьку мови охоплюють усі країни, де ці мови офіційно використовуються, тобто дослідження перекладів на англійську мову включають публікації у США та Канаді, тоді як переклади на німецьку мову включають Австрію та Швейцарію, тощо.

Методологія окремих досліджень, а також поточний підсумок включає такі компоненти:

- Збір бібліографічної інформації³ з різних джерел у країні-реципієнті (національних бібліотек, академічних бібліо-

³ Список бібліографії та інших джерел можна знайти в кінці кожного дослідження.

тек, особистих архівів перекладачів та академіків, каталогів видавців, інтернет-книгарень тощо), міжнародних баз даних (UNESCO Index Translationum), а також Книжкової палати України

- Кабінетне дослідження та іноді інтерв'ю, проведені дослідниками з ключовими фігурами перекладацького потоку: перекладачами, видавцями, фондами
- Збір доступної інформації про книжковий ринок та ринок перекладів країни-реципієнта
- Написання звітів по країні/мові; коментарі команди *Book Platform* та додаткове коригування, зроблене дослідниками
- Очищення від помилок та непослідовностей (стосовно неповноти деталей, відмінностей у стандартах правопису, суперечливих концепцій жанрового поділу, тощо) у бібліографічній інформації, представленій командою проекту *Book Platform*
- Класифікація даних по статистичному принципу (найпопулярніші мови для перекладу, часова динаміка, тощо)
- Формулювання загальних висновків дослідження та рекомендацій щодо стратегічного підходу до майбутньої продуманої політики популяризації української літератури за кордоном.

На жаль, у ході роботи дослідникам довелося мати справу з **рядом обмежень**, пов'язаних основним чином з відсутністю надійних даних. Найбільш типовими викликами були такі:

- Неповна інформація у UNESCO's *Index Translationum*. Хоча ця база даних вважається «всесвітньою базою даних перекладів», вона покладається на інформацію, яку подають відповідні національні бібліотеки. Відповідно, *Index* містить непослідовності та помилки, які трапляються і в національних каталогах у тому числі. Ми також виявили розбіжності між інформацією в *Index* та бібліографією даного дослідження для таких країн як Німеччина, Польща та Швеція, а для Грузії, Франції, Норвегії та Сербії інформація, представлена у згаданій базі даних є доволі неповною.
- Розбіжності, помилки та непослідовність у каталогу національної бібліотеки, особливо що стосується менш популярних мов джерел, таких як українська. Бібліотечні каталоги

у деяких країнах часто не згадують мови оригіналу перекладеного твору;

- Відсутність ISBN (Міжнародного стандартного номера книги). Тридцять три видання у бібліографії не мають ISBN. Це стосується перекладів, опублікованих в різних країнах, та головним чином видань невеликих компаній, громадських організацій та фондів. Відсутність ISBN робить публікацію віртуально «невидимою» для книгознавців і книжкового ринку в цілому.

В результаті цього бібліографія не може претендувати на абсолютну точність - найбільш ймовірно, вона включає приблизно 95 відсотків перекладів, доступних цими десятима мовами.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ: РЕЗЮМЕ З ВИСОТИ ПТАШИНОГО ПОЛЬОТУ

Десять досліджень по цільових мовах охоплюють широкий спектр питань⁴: від історичного огляду культурних відносин між українською та відповідною цільовою мовою через огляд книжкового ринку країни до аналізу сучасного стану по відношенню до головних посередників та прийняття українського перекладу. Дослідження демонструє розуміння природи культурного обміну посередництвом перекладів та публікацій, доповнених даними та наглядними засобами. Разом з іншим можливим використанням, інформація, представлена у даному дослідженні, може служити орієнтиром для визначення перекладачів, видавців, культурних та академічних закладів, засобів масової інформації тощо у цільовій країні, яка вже залучена у той чи інший спосіб до процесу популяризації української літератури. Зокрема рекомендації в кінцевих розділах кожного дослідження, а саме тих, які стосуються перекладів на англійську, французьку та чеську мови, заслуговують особливої уваги.

Результати досліджень можуть бути предметом різних показників та тлумачень. Ось один можливий підсумок даних та аналізу:

I. Українська література в перекладі сприймається як жива, різноманітна, впевнена у собі та як мейнстрімова література.

Добрі новини такі: українська література у перекладі на інші мови чітко та послідовно заявляє про себе сильним та самобутнім голосом у царині східноєвропейської літератури. Загалом дослідження різних країн свідчить про те, що українська література досягає успіху, закарбовуючись у контекст мови-реципієнта, його культури та книжкового ринку. Дослідження наводить переконливі приклади окремих публікацій,

⁴ Технічне завдання (ТЗ) досліджень, яке описує цілі та очікувані результати, можна знайти на сторінці проекту *Book Platform* у розділі Дослідження www.bookplatform.org

авторів, заходів та організацій, які мали позитивний вплив і творили умови для сталого інтересу та ширшої присутності українських творів у перекладі.

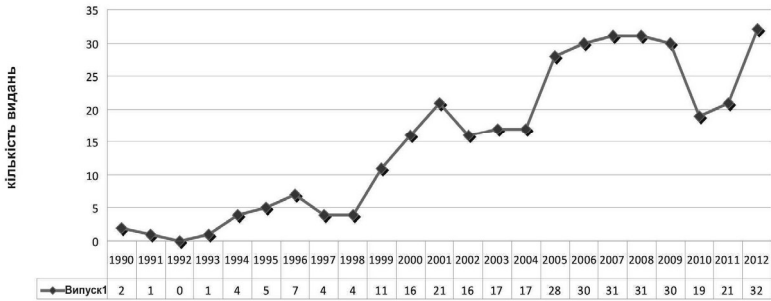
Якщо порівняти з іншими «не панівними» літературами або **немейнстрімовими** літературами, переклади з української займають відносно непогану позицію. Опираючись лише на дане дослідження, українська література та місце дії літературних творів проявляють себе у ролі блискучого прикладу успіху, який підтримують віддані незалежні видавці, організації, фестивалі, події, періодичні видання ... та аудиторія. Українські видання закордоном покладаються на високо професійних та відданих перекладачів, які часто походять з мережі Українських студій. Зважаючи на відсутність літературних агентів, ряд організацій та осіб «у себе вдома» успішно відіграють ключову посередницьку роль популяризації живої літератури їх країни та її інтелектуального оточення за кордоном. Вже сьогодні українська література демонструє **видимий прорив** в основному потоці відомих високоякісних видавництв, видатних літературних періодичних видань та в засобах масової інформації та насолоджується плодами інтенсивного життя у перекладі, використовуючи нові інформаційні інструменти. Особливо за останніх п'ять років українські автори брали участь у **важливих міжнародних літературних заходах**, а українські видавці - у професійних книжкових ярмарках та презентаціях. Україна зуміла представити цікавих та помітних літературних діячів міжнародній читацькій громаді; ці діячі іноді, хоч і не завжди, відкривають шлях новим іменам у перекладі.

Такий успіх стає ще більш цінним якщо врахувати очевидну відсутність комплексного підходу до фінансування та популяризації з боку української держави, якій ще належить пізнати та зрозуміти власний інтерес до підтримки участі України у міжнародному літературному діалозі.

II. Переклади з української мови переживають підйом - помітний та сталий, починаючи з 1999 року.

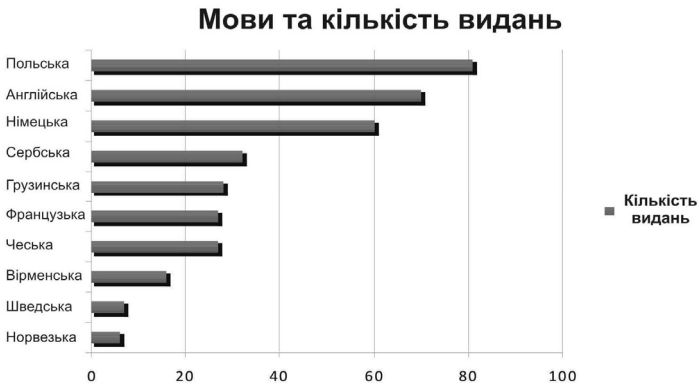
92% з усіх 354 перекладів на десять іноземних мов, які є предметом даного дослідження, були опубліковані після 1999 року!

Динаміка перекладів після 1991 року



Збільшення кількості перекладів у 2000-их роках є очевидним і досягає свого піку у 2012 році. Поступовий розвиток потужної приватної видавничої діяльності в Україні, літературний «бум» кінця 90-их, а також зусилля ряду установ до відкриття українського літературного середовища світові - усе це сприяло розвитку перекладацької діяльності після 2000 року. Тоді як для інших «нерозповсюджених» мов-джерел, таких як турецька чи словенська, подібний ріст літературного експорту найбільш ймовірно пов'язаний з запровадженням програми потужної урядової підтримки та/або міжнародним успіхом конкретного автора (наприклад, Нобелівська премія Орхана Памука), то у випадку України таких факторів слід шукати деінде. З одного боку, очевидно, що ріст у кількості перекладів після 2000 року пов'язаний з насиченням деяких мовних ринків перекладами кількох українських авторів: середнє число перекладів Андрія Куркова (40 творів), Юрія Андруховича (34 твори), Сергія Жадана (17 творів) та Оксани Забужко (16 творів) становить третину усіх перекладів після 1999 року. Окрім цього Помаранчева революція 2004 року стала ще одним поворотним моментом, котрий привернув увагу міжнародної громадськості до України, її політики і, звісно ж, до сучасної літератури.

III. Польська мова є найбільш відкритою для перекладів з української після англійської та німецької мов



Переклади на польську мову є не лише найбільш чисельними, але й демонструють найширше різноманіття жанрів, видів книжок, авторів та історичних періодів творів мови оригіналу. Глибокі історичні корені українсько-польського культурного спілкування є єдиним поясненням того факту, що польська мова опинилася на першому місці у списку країн, найбільш відкритих для перекладу з української мови. Сучасна польська мова розробила різноманітні інструменти з метою забезпечення «літературної гостинності» в усіх її проявах: проводиться інтенсивний обмін літературними фестивалями, читаннями та зустрічами авторів; імена українських авторів можна побачити у списку лауреатів відомих літературних премій; академічний обмін здійснюється за підтримки мережі інститутів та окремих відданих особистостей; професійне навчання перекладачів проводиться в рамках літературних майстерень та семінарів. Загалом, популяризація українських авторів у перекладі, а також прийняття української літератури у Польщі помітно відрізняється від інших країн-реципієнтів.

Якщо уважно глянути, то відносно велика кількість перекладів на англійську не надто надихає, оскільки мова йде про присутність фактично одного автора (Андрій Курков, представлено 17 творів⁵) на англомовному ринку Сполуче-

⁵ Дане число також включає друге і наступні видання.

ного Королівства (СК), а також велика кількість англійських перекладів (16 творів), виданих в Україні. Переклади на англійську⁶, видані поза межами Європи, - у США, Канаді чи Австралії - є більш численними, ніж ті, що видані в СК. Як свідчить дослідження перекладів на англійську причиною цього є той факт, що у цих країнах були створені потужні академічні центри та інститути українських студій завдяки зусиллям української інтелігенції, яка емігрувала у ці країни після Другої світової війни. Аж до 2000 року не було жодного видання української книги англійською мовою в СК. Проте у 1990-их були публікації у періодичних виданнях, зокрема найвідомішого британського перекладача української літератури - Віри Річ.

Англомовний ринок як в СК, так і в США, має недобру славу за свою малу відкритість до перекладів з інших мов: переклади становлять в середньому від 2 до 4 % річного книговиробництва. Тому коли мова йде про переклади на англійську мову, не варто недооцінювати той факт, що англійська займає другу позицію у списку, як і не варто залишати поза увагою прорив серед таких відомих та розповсюджених видавництв як *Vintage* (Курков) та *Amazon Crossing*⁷ (Забужко та Зірка Ментазюк). Слід також відзначити переклади, опубліковані в поважних періодичних виданнях, таких як *Modern poetry in Translation* (Сучасна поезія в перекладі) (Сполучене Королівство), *Poetry International* (Нідерланди) та *World Literature Today*, *International Poetry Review* та *Absynthe* зі США.

Традиційно як і в теперішній час Німеччина та Австрія відіграють провідну роль у представленні літератур Центрально-східної Європи у книжковому просторі. У німецьких перекладах українська література переживає поступовий та помітний поступ від периферії до центру. Особливо слід відзначити інтерес з боку видавництва *Surkhamp* (завдяки провідній ролі редактора Катаріни Раабе) та його відбиток

⁶ Дослідження перекладів з англійської на українську мову, здійснене Надією Поліщук, доступне за таким посиланням www.bookplatform.org/en/activities/425-ukrainian-to-english-translations-study.html

⁷ Відносно нова компанія для перекладів, котра є власністю Amazon, і якій ще доведеться проявити себе на ринку.

у творах Жадана та Андруховича, а також Любка Дереша, Миколи Рябчука і Тараса Прохаська, та з боку *Diogenes Verlag* у Швейцарії у творах Куркова, *Droschl* у творах Забужко та *Brodina* у творах ряду авторів.

З 2008 року переклади української літератури на французьку мову почали рости, як гриби. Дослідження перекладів на французьку подає детальне пояснення різноманітних подій та проектів, які стоять за цим ростом у перекладах. Великі видавництва, такі як *L'Harmattan* проявляють постійний інтерес до перекладів з української, тоді як деякі з найбільш відомих видавництв на французькому ринку - *Gallimard* і *Stock* - відкривають свої списки українським авторам. Французькі видавці чітко віддають перевагу сучасній художній літературі та поезії. Серед авторів, чиї твори перекладені на французьку мову (більше одного твору), є такі імена як Курков (8), Андрухович (3) та Марко Вовчок (3). Головні літературні журнали французькою мовою, які публікували твори українських авторів, включають *Revue de Belles-Lettres* та *Vice-Versa*.

Відсутність чітких розпізнавальних ознак країни та літератури сильно ускладнює будь-які спроби популяризувати українських авторів. Щоб пропонувати українського автора французькому видавцеві чи читачеві, ми повинні зрозуміти, що наш співрозмовник, напевно, не має жодних літературних асоціацій, окрім мабуть Гоголя, яка є чітко неоднозначною асоціацією.

Ірина Дмитришин у дослідженні французьких перекладів

Цільові мови, які стали предметом вивчення, також включають дві мови з пострадянського простору - вірменську та грузинську, які входять до списку, тому що вони належать до регіону «Європейського сусідства», а також з метою розуміння стану літературного спілкування з цими країнами після розвалу радянської системи. Беручи до уваги політичну та економічну турбулентність, кількість перекладів з української на ці дві мови видається доволі задовільною. Якщо поглянути ближче на бібліографію, то побачимо, що десять з 28 публікацій перекладів на грузинську мову фактично видані в Україні, головним чином Головною спеціалізованою редакцією літератури мовами національних меншин України в Києві. Окрім цього 21 публікація є двомовною -

українською та грузинською мовами, а отже, орієнтована на аудиторію, яка має особливий інтерес до обох культур, а не загальну читацьку аудиторію. Академічні та наукові заклади, такі як Тбіліський державний університет та інші неринкові гравці, такі як Асоціація грузин України, відіграють центральну роль у перекладах з української на грузинську та їх публікаціях. Заслужує уваги той факт, що українська література переважає над сучасними творами, при чому домінуючим жанром залишається поезія. Жоден з сучасних авторів художньої літератури, які наситили «великі» мовні ринки англійської, французької та німецької мов, не представлений у перекладах на грузинську чи вірменську мови! Припускаємо, що деякі з цих авторів можуть бути доступними читацькій аудиторії Вірменії та Грузії через посередництво російського перекладу. Хоча загалом перекладацьке спілкування з Вірменією та Грузією підтримують неринкові гравці: академічні установи, різноманітні асоціації меншин, літературні клуби та старі мережі спілок письменників. Професійні контакти між приватними видавцями трапляються або рідко, або взагалі відсутні; така сама ситуація на професійних форумах, таких як книжкові ярмарки.

Присутність певної літератури в міжнародному літературному діалозі через переклади залежить від умов «вдома», від різних культурних, політичних та геополітичних факторів, а також особливостей книжкової та перекладацької інфраструктури країни-реципієнта. Саме тому кожне з досліджень конкретної країни подає інформацію про книжковий ринок країни-реципієнта загалом і може також служити джерелом натхнення для створення особливих стратегій для кожної цільової мови.

IV. Міжнародні видавці віддають перевагу сучасній українській літературі

Переклади сучасної прози та поезії перевищують за кількістю класичні та історичні твори та фольклор. Більше того, особливо це стосується сфери «великих» мов, пріоритетом іноземних видавців стало звертати увагу на сучасне у літературі, на українську літературу, яка зараз твориться в країні,

на письменників та авторів, які дебютували у кінці 80-их чи у 90-і роки. Успіх сучасних українських літературних творів у перекладі також може викликати інтерес до класики, швидше ніж навпаки.

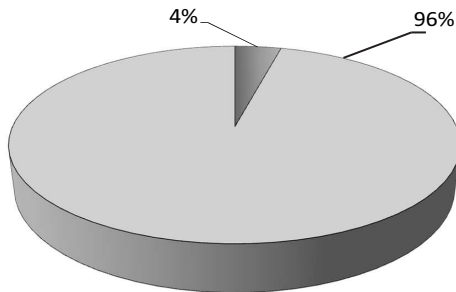
Існує одна прогалина: дуже скромно представлені переклади дитячої літератури, що становить 4% усіх перекладених творів, при чому більшість з них є адаптацією народних казок. Одночасно голос українських академіків та інтелігенції був почутий у перекладі: академічні праці, головним чином з історії України, а також нариси на тему сучасних соціальних та політичних питань становлять майже 10% усіх видань. Варто зазначити, що бібліографія містить шість публікацій драматичних творів, більшість з них видані у Польщі.

V. Академічна спільнота країни-реципієнта є найважливішим джерелом досвідчених, кваліфікованих та відданих своїй справі перекладачів з української мови

На відміну від перекладів з деяких інших «менш популярних» мов, переклади українських авторів майже завжди здійснюються напряму з оригіналу. Рідкісні випадки посередницьких перекладів трапляються зокрема на норвезьку та шведську мови, а також сербську та вірменську - усі вони зроблені з російської мови, і лише одна антологія сучасної поезії була перекладена на шведську з німецької мови.

Прямі переклади порівняно з перекладами через посередництво інших мов

■ переклади через посередництво інших мов □ напряму з української мови



Перекладачі відіграють центральну роль у представленні українських творів у перекладі. Роль перекладача виходить далеко за межі перекладу тексту. Перекладач є багатограним посередником, який бере участь в усіх етапах видавничого процесу: вибір твору, переконання видавця опублікувати його, пошук коштів для публікації, участь у рекламі та маркетингу виданої книги. Іншими словами, перекладач є ключовим культурним посередником між українським текстом та контекстом реципієнта.

Велика кількість перекладачів з української мови є носіями мови реципієнта або проживають у країні реципієнта і фактично володіють двома мовами. Більшість з них має серйозний академічний досвід у сфері українських студій та мови або в інших слов'янських мовах, переважно у російській. Є країни та мови, у яких або немає кваліфікованих перекладачів з української, або їх є небагато - всього одна-двоє осіб. В таких випадках перепрофілювання у професійній кар'єрі однієї особи може призвести до серйозного зниження кількості опублікованих перекладів.

Зважаючи на обмежені перспективи достатньої кількості замовлених перекладів, переклад з української вважається місією чи хобі, радше ніж професією. Статус прав перекладачів з української (включаючи авторське право, типи контрактів, доступність тощо) не відрізняється від статусу їхніх колег, які перекладають з інших мов у країнах, де існує структура захисту таких прав. Деякі з досліджень засвідчують те, що доступність грантів для конкретної публікації впливає на розмір винагороди перекладачеві.

Україна не бере активної участі у всебічній популяризації своєї літератури; не існує державної підтримки перекладів на інші мови, не кажучи вже про культурну політику як таку. Українські видавці не володіють інформацією про власних авторів англійською мовою. Саме тому чеські видавці покладаються на оцінку та досвід перекладачів і, відповідно, їх роль є досить важливою.

Ріта Кіндлерова у дослідженні чеських перекладів

Будучи центральною фігурою-посередником у представленні української літератури іншими мовами, перекладацькі смаки та вибір відіграють головну роль у створенні образу україн-

ської культури в уяві іншомовного читача. Проте можливості для постійного професійного розвитку через навчальні курси, літературні майстерні та семінари чи інші форми підтримки перекладача з української мови є нечастими. За винятком Польщі, де існує добра система постійного навчання перекладачів, дослідження показують лише кілька прикладів, коли українська держава продемонструвала визнання важливості ролі перекладача. Серед прикладів - Міжнародна перекладацька майстерня 2001 року при Центрі гуманітарних досліджень Львівського національного університету, яка була згадана у дослідженні сербських перекладів, та Премія імені Івана Франка від Національної спілки письменників України, яку присудили Вірі Річ за її переклади на англійську мову у 1997 році.

Немає професійних перекладачів, які перекладають лише з української мови. Як правило, переклади з української на шведську здійснюються професіоналами, які володіють російською мовою і цікавляться українською літературою.

Софія Волковецька (Косарчин)
у дослідженні шведських перекладів

VI. Переклади, видані в Україні, мають мало шансів дійти до читацької аудиторії

Двадцять творів у переглянутій бібліографії перекладів видані в Україні. Більшість з них - 15 творів - є перекладами на англійську мову, інші - на вірменську (3), грузинську (1) та сербську (1). Найбільш ймовірно кількість цих перекладів є набагато більшою, але не всі дослідники вважають такі публікації вартими того, щоб їх включати до бібліографічного довідника досліджень.

Перекладені на англійську мову в основному носіями мови та видатними перекладачами (Найдан, Річ та іншими) чи емігрантами-білінгвістами (Юрій Тарнавський), ці книги були видані після 2000 року у Львові такими видавництвами, як *Літопис*, *Срібне слово*, *Сполом*, *Класика*, *Кальварія*, *Піраміда*, *Видавництво Старого Лева* чи у Києві видавництвами *Мистецтво* та *Видавничий дім Бураго*. Вони включають як

окремих авторів, у більшості поетів, так і антології. Тоді як дослідження перекладів на англійську не подає оцінки того, як переклад доходить до читача, проста перевірка головних інтернет-книгарень роздрібною торгівлі в англомовному світі показала, що жоден з цих творів не є доступним. Будучи виданими в Україні, такі твори не мають шансів потрапити в обіг справжнього книжкового ринку мови-реципієнта з подальшою метою дійти до читача чи заслужити на увагу критиків. Такі публікації швидше служать подарунком ввічливості з рекламною метою (реклама країни, автора, видавця) чи для обміну на літературних чи інших подіях.

VII. Фінансування та інші форми підтримки перекладів є недостатніми та походять головним чином від недержавних джерел та країни-реципієнта.

У порівнянні з іншими країнами, які зацікавлені у популяризації своєї національної культури та літератури поза межами власних кордонів, Україна є дуже пасивною: будь-які форми заохочення перекладів, такі як гранти, програми чи стипендії переважно залишаються ініціативою громадських чи приватних організацій чи навіть окремих осіб і не мають нічого спільного з культурною політикою держави як такої.

Надія Поліщук у дослідженні англійських перекладів

Будь-які зусилля представити українські твори як класичні, так і сучасні міжнародній читацькій аудиторії залишаються ізольованими та залежними від рішучості та цілеспрямованості окремих осіб якщо їх не підтримувати за допомогою схеми всесторонньої підтримки. З ростом комерціалізації всесвітньої видавничої справи публікація перекладу з будь-якої мови, а особливо з менш популярних мов, стає все більше і більше ризикованою справою. Видавничі гранти є найбільш типовими інструментами для урівноваження комерційного ризику, пов'язаного з високими затратами на видання перекладу та представлення нового автора. Проте, гранти не є єдиним інструментом: «соціальна інфраструктура», яка стоїть за реальною присутністю України у міжнародному літературному діалозі, є необхідною передумовою. Складові

частини цього механізму присутності включають особливу увагу до потреб «посередників» (головним чином перекладачів, але також і академіків, журналістів, культурних діячів з діаспори, тощо), різноманітний обмін програмами та подіями (фестивалями, спільними творчими вечорами, літературними майстернями, наставництвом, стажуванням, тощо), інформаційні канали та платформи для обміну, підтримка мобільності окремих письменників, перекладачів, тощо.

Дане дослідження свідчить про те, що різні форми підтримки популяризації українських творів за кордоном походять головним чином від країни-реципієнта чи від неурядових організацій України. Винятки наводяться у дослідженні перекладів на грузинську мову, де зазначено фінансову підтримку публікацій з боку українського посольства у Грузії, та зокрема фінансування з боку Міністерства закордонних справ України в рамках *Програми зв'язків із закордонним українством*. Подібно до цього у вірменському дослідженні зазначено факт надання підтримки українським посольством у Єревані для публікації літературного періодичного видання *Гарун* у 1999 році. У сербському дослідженні також зазначено факт надання підтримки Міністерством закордонних справ України. Ці поодинокі випадки підтримки можуть стати новим поштовхом з огляду на нещодавно підписані двосторонні домовленості у сфері культури, при умові, що вони не залишаться лише на папері.

Підтримку в Україні надає фонд «Відкрий Україну», чії підходи отримали позитивну підтримку у дослідженні. Фонд заповнює важливі прогалини у підтримці українських перекладів, допомагаючи наданням інформації (альманах «*Сучасна українська література: огляд*»), забезпечуючи мобільність фахівцям у галузі книжкового бізнесу та перекладачам, та організовуючи інші заходи. Ще одним прикладом з англomовного світу є фінансова підтримка мецената та бізнесмена Дмитра Фірташа, яка була надана для створення українських студій при Кембриджському університеті у 2008 році. Маленькі некомерційні видавництва та періодичні видання, присвячені українській літературі та дослідженням часто засновують з ініціативи та за фінансової підтримки окремих осіб, часто українського походження.

У дослідженнях часто згадують, що серед українських організацій, які відіграють ключову роль в українських міжнародних літературних зв'язках, є Форум видавців та Міжнародний літературний фестиваль у Львові, а для Франції - проект «Більше країн, більше книжок».

У більшості випадків такі публікації покладаються на різні форми підтримки та «літературної гостинності», яку отримуємо поза межами України. Варто згадати кілька прикладів: антологія англійською мовою *Half a Breath: A Brief Anthology of Young Ukrainian Writers* (Лишається нівподиху: коротка антологія молодих українських письменників), яку підтримала Британська Рада, переклади на шведську мову, профінансовані Шведським інститутом, програма «Транзит» на Книжковому форумі у Ляйпцігу та програма «Потяг 76 - Zug 76» Літературної майстерні у Берліні, щорічні міжнародні зустрічі перекладачів у Белграді, а також запрошення українських авторів та видавців на різного роду заходи. Кілька нагород за найвищі досягнення у сфері перекладу було вручено закордоном: Михайлові Найдану, Євгену Кейдену - літературна премія в галузі перекладу від університету Колорадо (1993) та премія від Американсько-української лінгвістичної асоціації (1996); та Джеймсу Бресфілду - літературна премія в галузі перекладу від Міжнародного ПЕН-клубу (1999).

ПРОГРАМНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ДИЛЕМИ

Мета цієї заключної частини - представити загальні принципи можливої стратегії популяризації перекладів з української на інші мови. Крім того, пропонується вичерпний ряд способів, що довели свою успішність на міжнародному рівні - способів, що вже достатньо відомі у сфері популяризації української літератури, але які, однак, не завадить перелічити і розглянути у контексті імовірного застосування в Україні. Запропоновані методи ґрунтуються на результатах десяти перекладацьких досліджень, а також на основі багатьох міжнародних моделей роботи у сфері книговидання та підтримки перекладів за останні 20 років у країнах ЄС і не тільки. Рекомендації в основному спрямовані на державні установи, для яких забезпечення адекватних умов для розвитку української культури повинне становити першочергове завдання. Водночас, ці рекомендації можуть служити стимулом для співпраці з ширшим колом організацій, що призведе до зростання кількості перекладів з української на інші мови.

Урешті, що не менш важливо, наступні пункти ще потребують розширення, доопрацювання і винесення на обговорення у більш професійній та публічній дискусії, яку ця публікація прагне відкрити.

В процесі обговорення важливості популяризації «менш відомих» літератур - у різних частинах світу і в різних контекстах - постає низка питань. Вони також з'являються на підґрунті цих досліджень і повинні враховуватись у процесі формування державної стратегії, а також у кожному конкретному випадку втілення ініціативи, що сприяє такій популяризації, незалежно від її масштабу.

I. Яка роль держави?!

Переклад і популяризація українських творів значно ускладнюються у зв'язку із браком фінансової підтримки та далекоглядного підходу до популяризації української культури за кордоном з боку державних установ. Водночас, забезпечення адекватних умов для розвитку української культури - і переклади, що здійснюються за кордоном, є частиною цього процесу! - повинне становити першочергове завдання держави.¹ З 2000 року перекладів з української побільшало на міжнародній арені в основному завдяки зусиллям приватних і громадських організацій з України, а також окремих осіб і міжнародних організацій. Більшість країн-членів ЄС, а також такі країни, як Сербія, Грузія і Туреччина, володіють системами підтримки перекладів, що входять до більшої урядової структури, наприклад міністерства культури або організацій з непрямым державним фінансуванням.² Видавці, перекладачі, організатори подій та інші гравці на літературній арені - усі вони прагнуть більшої державної підтримки для популяризації української літератури за кордоном та розглядають доступні моделі спеціалізованих установ (див. також розділ «Способи» далі). Однак, міцна централізована система державної підтримки може потягнути за собою певний ризик. Наприклад, надмірна участь держави у популяризації літератури за кордоном може призвести до її використання виключно в цілях «загальнонаціонального маркетингу» або «присвоєння державного бренду» і відтак до нехтування усією багатогранністю літературної царини. Так само і надміру централізована зовнішня культурна політика може відбитись на створенні та експорті за кордон однотипного образу української літератури або на наданні пріоритетного значення

¹ Згідно з нещодавно виданим Указом Президента № 336/2013 Віктора Януковича, держава зобов'язується надавати підтримку для здійснення перекладів з української на інші мови. Наскільки успішним буде перехід від зобов'язань до конкретних дій - справа часу.

² Для ознайомлення із нещодавнім дослідженням деяких із цих організацій та форм їхньої діяльності, див. www.lit-across-frontiers.org/wp-content/uploads/2013/03/Survey-of-Key-National-Organisations-Supporting-Literary-Exchange-and-Translation-in-Europe2012.pdf

урахуванню «місцевих» міркувань ціною нехтування інтересів міжнародної аудиторії. Тому необхідною компетентністю для розроблення якісної стратегії популяризації володіють виключно сторони, які професійно займаються книговидавничим бізнесом в Україні та за кордоном - компетентністю, що ґрунтується на усвідомленні багатогранності цільового контексту та різноманітності читацької аудиторії.

II. Експорт чи діалог

За схожим принципом, постає стратегічний вибір між інвестиціями та зусиллями, спрямованими на протистояння «експорт» - «діалог». Поняття діалогу передбачає забезпечення доступу іноземної аудиторії до цілого ряду українських авторів, традицій та естетики, а також сприяє роботі у напрямку рівноправної і обопільної участі та «влиттю» українських перекладів у цільовий контекст. У результаті, завдяки цим принципам, довгострокове інвестування участі українських авторів і текстів у міжнародних проектах, програмах, заходах і т.п. переважало б над одноразовими масштабними акціями, на кшталт національних українських презентацій в окремій країні.

III. Акцент на посередниках

Згідно з однозначними висновками десяти здійснених досліджень, роль посередників, - а понад усе - перекладачів! - беззаперечно ключова. Ретельніша турбота про перекладачів з української мови передбачала б увагу до відділень україністики за кордоном та мала б на меті підвищення мотивації перекладачів і забезпечення безперервної зміни перекладацьких поколінь. Водночас, коло посередників слід розширити, долучивши до нього і авторів українського походження, які пишуть іншими мовами, міжнародних письменників та журналістів, зацікавлених у країні, представників української діаспори, які працюють у сфері культури, ЗМІ, маркетингу тощо. Усі вони є ключовими гравцями, що поєднують дві культури і можуть служити посередниками у популяризації української літератури за кордоном.

IV. Популяризація за кордоном починається «вдома»

Доступ до будь-якої літератури за кордоном, парадоксально, а таки починається вдома. Літературна комунікація, що здійснюється за допомогою перекладів, - процес двосторонній, тож присутність певної літератури за кордоном прямо пов'язана із «літературною гостинністю» країни її походження. Це, перш за все, стосується того, наскільки відкритий книжковий ринок «вдома» до перекладів з інших мов, а також наскільки відкритими для міжнародної участі є домашні книжкові ярмарки, літературні фестивалі, читання, конференції тощо. Отже, створення умов для популяризації української літератури за кордоном передбачає підтримку власне українських організацій, які забезпечують активне міжнародне книжкове життя, перш за все, в Україні.

V. Ключова роль партнерства

Популяризацію літератури часто сприймають за «національний бізнес», справу державного інтересу. В результаті, стратегії культурного експорту, особливо за участі державних органів, часто передбачають, що популяризація літератури - це справа двосторонніх угод між державами та розглядають державні установи, наприклад посольства за кордоном, як основні канали реалізації. Проте, літературний діалог у 21-ому столітті не може залишатись справою двох сторін. Розширення партнерства у напрямку багатосторонньої/міжнародної ініціативи, мережі та проектів, присвячених менш відомим літературам чи культурам в загальному, матиме позитивний вплив на будь-яку спробу популяризації української літератури. Таке партнерство дозволило б українській стороні користуватися символічними, експертними та організаційними ресурсами своїх міжнародних партнерів.

Партнерство відіграє провідну роль не лише на рівні організацій, а й на рівні мистецьких форм. Популяризація літератури і тексту взагалі може служити шляхом доступу до нових способів творчого вираження та відкривати інші форми української культури за кордоном.

СПОСОБИ ПІДТРИМКИ ПЕРЕКЛАДІВ З УКРАЇНСЬКОЇ

У розділі вміщено стислий огляд можливих способів ефективного просування перекладів як з поширених, так і з менш відомих мов. У цьому тексті не ставиться за мету розроблення детальної схеми доведеної стратегії для популяризації української літератури за кордоном, як і всіх її невід'ємних елементів, в тому числі стратегічних цілей, плану дій, бюджету, програми партнерства та системи моніторингу і оцінювання її ефективності. Для того, щоб застосування будь-яких із нижче перелічених способів стало дієвим, воно повинне щонайменше бути: а) **довготривалим**, тобто забезпечувати безперервність дії протягом певного часу, на відміну від одноразових «акцій» та б) **прозорим**, тобто забезпечувати доступність інформації про власні цілі, результати і процедури.

1. Створення спеціалізованої агенції для підтримки перекладу, видання та популяризації українських творів іноземними мовами

У більшості європейських країн¹, а також у деяких країнах-учасниках Європейської політики сусідства, наприклад Грузії², діють такі агенції, які повністю або значною мірою отримують фінансування з державного бюджету. Успішне функціонування такої організації можливе за неодмінного дотримання певних умов, серед яких:

- наявність більш ніж одного джерела фінансування, напр. Міністерство культури у співпраці з приватними установами та/або іншими міністерствами, зокрема із Міністерством закордонних справ;
- децентралізація, незалежність та/або дотримання дистанції «на витягнуту руку» від Міністерства культури. Це передбачає наявність керівної структури і механізму фі-

¹ За винятком Великої Британії.

² Детальна інформація доступна на сайті Міністерства культури Грузії: www.book.gov.ge/index.php?lang=en

нансування, які виключають залежність від політичних або адміністративних засад відповідної державної установи;

- залучення до загальної бази експертів та партнерів як на національному, так і на міжнародному рівні;
- участь у проектах інших організацій з метою **засвоєння нових підходів**, що сприятиме підтриманню рівня конкурентоспроможності.

2. Гранти

Переклад творів з менш відомих мов та їх видання не може здійснюватись виключно на основі ринкових механізмів. Гранти - це традиційний спосіб компенсації (але не цілковитого покриття!) комерційного ризику, який зазвичай супроводжує такі публікації. Водночас системи грантів для видавців набувають найбільшої ефективності лише у поєднанні з іншими елементами підтримки літературно-інтелектуального діалогу.

Співфінансування за допомогою грантів щонайменше повинне:

- розділяти на **спеціальні програми** для різних видів заявок із відповідним порядком дій та правилами: закордонні видавці, окремі перекладачі, періодичні видання тощо;
- мати **чітко встановлені цілі** та відповідні програми для кожної з них, наприклад окремі програми для «репрезентативних» перекладів, сучасних текстів, жанрових творів тощо;
- передбачати прозорі дії, **відкриті лише для іноземних організацій**, із конкурентною динамікою, що відповідає динаміці видавничого процесу, напр. щонайменше двічі на рік;
- забезпечити можливість для заявників подаватись на отримання фінансування для покриття **витрат на збут і рекламу**, попри покриття витрат на авторське право і здійснення перекладу;
- дозволяти можливість проведення багаторічних проектів співпраці, що передбачатимуть виконання спектру додаткових завдань, пов'язаних із публікацією твору.

3. Перекладацькі та інші премії

Премії - це спосіб, що сприяє підвищенню мотивації, визнання і навіть фінансової винагороди осіб та організацій, які активно займаються поширенням української літератури за кордоном. Власне, перекладацькі премії служать не лише підтвердженням високого рівня якості, але й **відкривають загалові імена перекладачів**, чия професія інакше приречена на «одинокість». Премії здебільшого присуджують за переклад конкретного тексту, проте також існують премії за загальний внесок до царини міжкультурної комунікації як окремо для перекладачів, так і для рецензентів, дослідників, журналістів, редакторів, агентів, видавців та культурних організацій.

4. Програми «гостинності» для перекладачів, авторів, редакторів і журналістів, включаючи стажування, стипендії та програми наставництва для молодих та досвідчених перекладачів.

Такі програми мали б на меті підтримання зв'язку перекладачів з українською із мовою оригіналу та українською культурою, а також налагодження нових партнерств задля популяризації української культури. Існує чимало моделей таких програм, але рекомендовано, щоб такий вид підтримки був:

- пов'язаний зі **створенням реального продукту** (нового тексту, перекладу);
- відкритим як для окремих перекладачів, так і для команд, із можливістю співпраці перекладачів з авторами, чиї твори перекладаються;
- таким, що сприяє співпраці перекладачів, які здійснюють переклад одного і того ж тексту на різні мови;
- **доступним також для рецензентів і журналістів** з періодичних культурних видань;

4.1. інші «гостинні» заходи, зокрема проведення міжнародних фестивалів та спільних читань за участі українських та іноземних авторів в Україні.

4.2. Інтернет - ресурс і платформа для спілкування перекладачів з української мови у будь-якій країні світу.

5. Програми мобільності, що мають на меті:

- позбутися ізоляції, сприяючи участі сучасних українських авторів у міжнародних фестивалях, читаннях та інших заходах на запрошення організаторів;
- сприяти міжнародній мобільності літературних агентів та літературних менеджерів для участі у книжкових ярмарках, конференціях та інших заходах, особливо, коли така участь пов'язана з роботою над конкретним проектом;
- розробити комплексний підхід до участі в міжнародних книжкових ярмарках, із чітким баченням очікуваних результатів, обґрунтованим вибором ярмарків та завчасною підготовкою.

6. Інформаційні канали

Забезпечення легкого доступу до інформації про українську культуру - це першочерговий крок, що дозволить створити сприятливий контекст для поширення української літератури, контекст доступний та зрозумілий для міжнародних партнерів. Такі інформаційні ресурси можуть приймати найрізноманітніші форми, але загалом повинні:

- бути багатомовними;
- виходити у різних форматах, напр., водночас друкованому та цифровому;
- активно популяризуватись, на противагу пасивному очікуванню зацікавленої аудиторії;
- враховувати різні ринкові ніші, цільову аудиторію та її зацікавлення.

Зразкові приклади наявних літературних інформаційних ресурсів, як правило, містять:

- базу даних авторів і творів, в тому числі анотації та приклади перекладів на щонайменше одну з поширених мов світу. Надзвичайно важливо, щоб організація інформації радше відповідала потребам і слідувала логіці видавців, а не істориків літератури;
- оновлену інформацію щодо показників продажу оригінальних творів українською мовою;

- інформацію про вже доступні переклади на конкретну іноземну мову (за прикладом, поданим у дослідженні, а також у бібліографічній базі даних, створеній у межах проекту *Book Platform*);
- інформацію про літературні та інші премії;
- інформацію про рецепцію певного твору, напр., за допомогою моніторингу ЗМІ;
- спеціально створені ввідні тексти, що відображають контекст сучасної української літератури;
- систему надсилання копій рецензій ключовим перекладачам та агентам;
- інформацію про можливі джерела підтримки;
- каталоги, буклети, брошури, створені на основі доступної інформації з бази даних, відредаговані та надруковані спеціально для особливих подій, напр., книжкових ярмарків.

ПЕРЕКЛАД ЯК ФОРМА ЛІТЕРАТУРНИХ ВЗАЄМИН

Досліджувати перекладний сегмент видавничого ринку досить складно. Адже в центрі уваги опиняються не лише мовні, а й соціальні, психолінгвістичні та культурні аспекти.

Сучасний світ налаштований на взаємообмін інформацією. Для цього вкрай важливо знати, що відбувається у близьких чи далеких країнах. Ознайомити читача з історією, культурою, ментальністю тих чи тих країн покликаний переклад, передусім переклад літературно-художніх творів.

Переклад є основною частиною національно-літературного процесу, оскільки виступає посередником між літературами, без нього неможливо було б говорити про міжлітературний процес у всій його повноті.

Перекладацька діяльність активізується у періоди переходу до нової стильової формації, у періоди нестійких літературних норм і кризових явищ. Тоді літературі необхідно заповнити пробіли в її еволюційному потенціалі. За таких умов найяскравіше виявляється така функція перекладу, як зв'язки між літературами.

Переклад та перекладацька діяльність взагалі - явище складне і багатогранне, кожен аспект якого може бути предметом окремого дослідження. Для дослідження диференційованих ринків важливо дібрати й диференційовані стратегії. Що краще видавництва будуть знати ринки своїх «сусідів» та свої цільові групи, то краще вони зможуть формувати свої пропозиції.

Для представленого дослідження було вибрано 10 країн, які близькі за ментальністю. Виокремлено групи країн з розвинутим традиційним видавничим ринком: Франція, Німеччина, Велика Британія. Характеристики видавничого ринку цих країн кардинально різняться порівняно з іншими. Наприклад, Біржова спілка німецької книготоргівлі багато років аналізує поведінку читачів і покупців книжок у Німеччині, а також нові

тенденції розвитку книжкової справи. Країни колишнього СНД (Грузія, Вірменія, Україна) не мають такого потужного апарату досліджень і саме тому важливо мати нульове (а саме так можна класифікувати одержані результати) наближення до дослідження видавничих ринків.

Порівняльні характеристики (якісні та кількісні) видавничого ринку країн-сусідів дуже важливі для докладнішого ознайомлення з ринками цих країн. У кожній країні було вибрано дослідника, який найактивніше працює не тільки як перекладач, а й як комунікатор між країнами. Акцентувалась увага на академічному підході до процесу дослідження. Саме тому серед дослідників сегменту перекладів видавничого ринку (зокрема Сербії, Франції, Німеччини) - професори, доктори наук, які не тільки працюють над практичним традиційним перекладом, а й досліджують вибрані регіони щодо комунікації та просування української літератури.

Дослідники мали завдання коротко схарактеризувати ринок перекладів у регіоні. Цей напрям дасть змогу розширити та поглибити дослідження, структурувати їх за конкретними цільовими групами видавничого ринку. Аналіз досліджень показав, які проблеми виникають у кожній країні для перекладів українською, куди треба рухатись видавцям, щоб просувати українських авторів; як оптимально готуватись до участі у провідних виставках Європи, які твори можуть зацікавити закордонних видавців; як корелювати стан видавничого ринку конкретної країни з просуванням українських авторів. У дослідженні бракує кількісних оцінок продажу перекладів книжок українських авторів. Це зумовлено тим, що таке групове дослідження здійснено вперше, до того ж, цифри продажу є комерційною таємницею, одержати відкриту інформацію доволі складно, а іноді й неможливо.

У майбутньому дослідження потрібно доповнити і розширити інформацією про ситуацію на ринку в інших європейських країнах. Вважаємо, що треба також зробити вибіркове точкове дослідження жанрових блоків: fiction, non-fiction, дитяча література (що може стати окремим напрямом дослідження за різними віковими категоріями). Важливо також доповнити дослідження ринку в сфері електронного книговидання. Такі дослідження потрібно розміщувати у вільному доступі

на окремому інформаційному ресурсі англійською та українською мовами, постійно оновлювати і доповнювати новою інформацією. Матеріали дослідження потрібно видати і розповсюдити серед українських видавців. Дуже корисним було б доповнення досліджень інформацією про перекладачів з української мови на інші, створити базу не тільки перекладів, а й перекладачів. Такий інформаційний ресурс міг би перерости в потужну платформу комунікації між перекладачами, видавцями і стати в нагоді іноземним видавцям у виборі українських авторів для перекладу.