

Формування програми видання творів перекладної літератури

Юлія Косинська

Кафедра журналістики і видавничої справи, ДЗ “Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”, УКРАЇНА, м.Луганськ, вул.Оборонна, 2,
E-mail: yuliya-kosinskay@yandex.ru

In this article the main factors influencing on popularity of the translated edition on the book market as well as its profitability to the publisher is analyzed. On the base of this factors the order of development of program production of translate books is selected.

Ключові слова – редактор, перекладна література, книжковий ринок, програма видань, принципи формування.

I. Вступ

На сучасному етапі розвитку суспільства формування програми перекладних видань ускладнене необхідністю прогнозування читацького попиту на перекладну книжку, визначення її конкурентоспроможності на ринку друкованого слова, узгодження переліку обраних оригінальних творів з видавничим портфелем інших видавництв, що спеціалізуються на перекладній літературі. У дослідженні розкривається перша ланка роботи редактора, який усвідомлює соціально комунікативну значущість підготовки творів перекладу до виходу у світ, що сьогодні особливо актуально з огляду на пріоритетність серед видавців бізнесової складової діяльності в цьому напрямку. *Мета* розвідки – охарактеризувати об’єктивний порядок розробки програми випуску перекладних видань.

II. Результати дослідження

Першочерговим завданням редактора під час формування програми перекладних видань, на думку теоретика й практика видавничої діяльності М. Тимошика, є вивчення ринку перекладної літератури [1, с. 341]. Проте, на наш погляд, доцільно дослідити книжковий ринок у цілому, а його сегмент, що формують твори перекладу, – у першу чергу. Цей підхід зумовлений такою функцією перекладів, як заповнення лакун в інформаційній або духовній сфері певної етнічної спільноти, тому для того, щоб виявити відповідні прогалини, необхідно проаналізувати всі ніши книговидавничого ринку.

Після з’ясування кон’юнктури ринку потрібно визначити шляхи пошуку актуальних і затребуваних видань для перекладу. Такі оригінали можна знайти на міжнародних книжкових ярмарках, у міжнародних фондах, через посольства зарубіжних країн чи фахову періодику, Інтернет чи літературних агентів, спілкуючись із перекладачами й представниками української діаспори, а також безпосередньо у видавництвах, котрі спеціалізуються на підготовці й випуску перекладної літератури [1, с. 342].

Вибір оригіналу не повинен здійснюватися без прогнозування попиту на майбутнє перекладне видання, що визначає жанрово-видову характеристику наповнення видавничої програми. Будь-який твір мусить знайти свого читача, оскільки без цього не можлива реалізація його комунікативної функції. У випадку з перекладом до цього додається й компенсація творчих зусиль перекладача, який долає не тільки лінгвістичний, а й етнічний бар'єри, дбаючи про адекватне перевтілення оригіналу засобами перекладної мови з метою наближення вихідного тексту до цільового читача. Однак, ці старання будуть марними, якщо твір, обраний для перекладу, не матиме суспільного резонансу.

В успішності реалізації планів видавництва щодо випуску у світ творів перекладної літератури велике значення має й урахування читацької адреси похідного тексту, його суспільного призначення, актуальності теми першотвору, що сприяє посиленню конкурентоспроможності конкретного перекладного видання на ринку видавничої продукції.

Рівень попиту на нове перекладне видання залежить також від його новизни. Так, наприклад, якщо на книжковій полиці в магазині стоятимуть два подібні за рівнем підготовки та якістю поліграфічного виконання переклади одного твору з різними вихідним даними, то потенційний читач (за умови, що він не віддає переваги якомусь із цих видавництв від початку) обере найдешевше видання. Зниження ціни, що може бути виходом для видавництва, яке опинилося в програвші, не завжди є рентабельним унаслідок різниці в собівартості книжок. Саме тому на першому етапі редакційно-видавничого процесу необхідно погоджувати плани щодо підготовки того чи іншого твору перекладу з програмами видання перекладної літератури інших видавництв, на чому наголошувалося ще в “Організаційних пропозиціях щодо поліпшення перекладацької справи в СРСР”, ухвалених у 1956 р. [2].

Висновок

Тож послідовний аналіз потреби видання конкретного перекладного твору сприятиме заповненню інформаційних і культурних лакун суспільства й забезпечить підвищення результативних показників діяльності у сфері видання перекладної літератури.

Література

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник. – 2-ге вид., стереотипне / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
2. Рассельс Вл. За эти годы (Обзор) / Вл. Рассельс // Мастерство перевода. – М.: Советский писатель, 1959. – с. 208.