

**ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДІВ:  
ВІД ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ  
ДО ПРОПАГАНДИ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ У СВІТІ**

(оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету 2020–2021 рр.)

Переклад твору будь-якого стилю, написаного іноземною мовою – унікальне явище. Читаючи книжки улюблених зарубіжних авторів, читачі рідко замислюємося про працю перекладачів, завдяки якій цей твір потрапив на наші полиці. Проте саме вони є посередниками між нами та текстами й організаторами подорожей до привабливих нам культур [1, 4].

Нині в більшості культур переклад виконує інформативну функцію – ознайомлення з найкращими здобутками інших народів. Водночас є й інша функція – переклад як проєкт антиколоніального опору та формування національної ідентичності [2].

Саме перекладачі розробляли мову, коли українські твори були під забороною. Вони запобігали провінціалізації нашої культури, дбаючи про те, щоб світова класика звучала українською. Вони є одними з тих, хто творив українську національну ідентичність [1, 2, 4].

Важливим був і вибір текстів для перекладу. Дуже часто українські перекладачі вибирали собі тексти, які містили алюзії того, про що не можна було сказати в оригінальних творах (принаймні в призначених для легального друку) [2].

Сьогодні українською мовою перекладено дуже багато. Корпус класичних текстів «Західного канону» ми фактично весь українською мовою вже маємо. Хоча є ще певні лакуни, але таких лакун уже порівняно небагато.

Ба більше, ми маємо множинність перекладів, що загалом нормально. Наприклад, – наголошує науковець та перекладач Максим Стріха, – існує десь 15 повних українських перекладів «Гамлета», і якщо ми візьмемо найзнаковіші тексти світової поезії, то, як правило, вже маємо по кілька їх версій. Натомість люди здебільшого погано уявляють усю сукупність вітчизняного перекладацького доробку і беруть перше-ліпше, що потрапляє під руку.

Також, в нас ще досі присутні рудименти перекладу як націєтворчого проєкту. Зокрема, не всі бачили сенс у перекладі українською відомих світових творів, бо вже ж є російський переклад.

Та, на думку Максима Стріхи, «якщо ми нормальна нація, то ми абсолютно не маємо зважати на те, чи є певний твір російською чи польською. Нас мусить цікавити одне: чи є це українською. І вже сьогодні переклади актуальних творів світової літератури своєчасно з'являються в нас завдяки дії ринкових законів. В Україні варто було б започаткувати державні програми підтримки перекладів українською не так «актуальної літератури», а класики, яка лишилася неперекладена. Тут є ще певні лакуни. Особливо це стосується наукової літератури» [2].

Втім сьогодні, попри певні здобутки, ситуація з перекладами не є простою. В Україні не сформувались перекладацькі школи і не було тягlosti професійних поколінь.

Із радянських часів лишилися українськомовні версії десятків класичних творів від яскравих майстрів на зразок Миколи Лукаша чи Бориса Тена. Однак вони працювали ізольовано і не мали послідовників.

«Коли йдеться про історію українського перекладу, то це були ніби постаті-планети, які не уклалися в єдину галактику», – зазначає перекладач О. Сливинський [3].

Так, перекладачі й досі часто працюють ізольовано, рідко обмінюючись досвідом. Звідси такі проблеми як брак новітньої лексики і термінології.

Перекладацькі школи лише нині починають формуватися навколо харизматичних знавців мов, які не лише видають переклади, а й викладають у вишах, поширюючи інтерес до цієї справи серед студентів [3].

«З огляду на поточні процеси, про перекладацькі школи в Україні зможемо говорити за п'ять-сім років», – прогнозує літературознавець і критик Ганна Улюра. І називає ще одну проблему, варту уваги – несистемний підхід до вибору творів до перекладу.

Виникають проблеми й з якістю перекладів. У XIX ст. українські перекладачі не могли розраховувати на гонорар, але здійснювали свою працю на високому рівні. А сьогодні головні гравці ринку ставляться до книги як до звичайного товару, такого ж, як кофтина чи гаджет. Так, О. Сливинський. Пригадує, як довший час видавництво КСД не вживало в офіційних повідомленнях слова книга, використовуючи натомість словосполучення книжковий продукт. Тому вплинути на ситуацію можна єдиним зрозумілим для бізнесу важелем – гривнею. Точніше – її відсутністю [2, 3].

«Мотором нездорової ситуації було те, що продукція все одно продавалася, – підкреслює О. Сливинський. – Доки читач готовий споживати неякісну продукцію, процес складно нормалізувати» [3].

Комфортним терміном для перекладу книги в 300 сторінок О. Сливинський називає пів року. Однак не всі видавці дозволяють собі й перекладачам подібну розкіш.

У результаті до друку можуть потрапити погано перекладені та неуважно відредаговані тексти. Українські видавництва не мають формальних обмежень і

зобов'язань вчасно доставити анонсовані новинки читачам. Але мають бізнес-плани. І змагаються за читача, стрімко розширюючи асортимент і конкуруючи на ринку прав на книги. Тож невчасний вихід видання, вартість виробництва якого закладена в бюджет, завдає збитків.

Іншою перепоною для появи більшої кількості якісних перекладів є неврегульований фінансовий аспект. Частина перекладачів, напрацювавши портфоліо та налагодивши довірливі відносини із видавцями, може розраховувати на 30–50 тис. гривень за стандартну книгу обсягом 300 сторінок. Також перевагу мають знавці менш популярних мов, де конкуренція є нижчою.

Натомість більшість проблем трапляється із перекладами з англійської, розповідає критик Ганна Улюра. Цією мовою доволі добре володіє велика кількість людей. «Думають, якщо можуть прочитати оригінал, то можуть і перекладати», – говорить експертка.

Працювати із непрофесіоналами видавцям вигідніше, адже ті погоджуються на гонорари вдвічі менші, ніж ті, що їх встановлюють знані майстри. Неякісним продуктом не переймаються до першого скандалу. Саме тому читацький контроль Г. Улюра теж називає одним із найдієвіших способів впливу на видавничих босів [3].

«У перекладацькій діяльності не подобаються певні практичні моменти, – зазначає перекладач Ярослава Стріха. – Скажімо, перекладачі не завжди знають, коли їм заплатять, тому є спокуса перестрахуватися й набрати більше роботи, ніж слід, хоч хтось та й заплатить. Крім того, усі літературні перекладачі – фрилансери, тож нам ніхто не дасть соціальних бенефітів, оплачуваних лікарняних і відпусток. Безперечно, трошки додає стресу думка про повну незахищеність у разі, наприклад, тимчасової втрати працездатності з огляду на хворобу» [4].

«Мені не подобається те, з якою зневагою багато видавців до нас ставляться. – наголошує перекладач Марина Дубина. – Наприклад, дехто навіть знижує й без того мізерний тариф» [4].

Особливо проблемними та бідним на перекладні новинки було перше десятиліття незалежності – за даними Книжкової палати, щороку виходило не більше 100 перекладних видань. Ситуація почала виправлятися у 2000-х, особливе пожвавлення парадоксально розпочалося у післякризові 2009–2010 роки [3].

А сьогодні українське книговидання фактично переживає бум перекладної літератури, втім кількість ще не встигла остаточно перейти в якість. Та, хоча прогалин в українській перекладній літературі багато, проте останніми роками вона все ж помалу виходить на непоганий рівень: усе більше новинок виходить друком, усе кращі переклади [3, 4].

Важливо й те, що українська книга все активніше стає значним інструментом культурної дипломатії та представлення нашої держави за кордоном. Порівняймо: якщо за перші 22 роки незалежності було продано 350

прав на українські книжки, то за наступні сім років вдалося продати 547 прав. Ба більше, планується, що ця цифра буде зростати [5].

Щороку за кордоном виходить понад сто назв українських книжок у перекладах – таку тенденцію прослідковує сайт «Читомо» у своїх підсумках. Навіть у 2020-му, коли змінилася міжнародна комунікація через скасування ярмарків, у світі вийшло понад 120 перекладів українських авторів. Що ж саме впливає на вибір тексту для перекладу та як цей процес налаштовано в Україні?

Важливою точкою продажу прав та інших домовленостей щодо міжнародної співпраці є різноманітні ярмарки й фестивалі. Найбільший такий фестиваль – Франкфуртський книжковий ярмарок, який щожовтня збирає гостей із понад 100 країн. Це найважливіша подія, до якої заздалегідь готують каталоги та формують план – щоби все встигнути.

Проте якщо видавець хоче про щось домовитися з іноземним агентом, необов'язково їхати саме у Франкфурт, адже ярмарки відбуваються впродовж усього року (найкупіший сезон узимку), й кожен із них має свою специфіку. Наприклад, у Болоньї проходить культовий фестиваль дитячої літератури й ілюстрації, є також Лондон, Париж, Варшава та Вільнюс – і для кожного необхідно купувати книжки, формувати каталоги та думати про представлення на стенді.

Раніше українські видавці їздили на ярмарки самостійно. От хто змогли зібрати гроші та розібратися з організацією – ті й спілкуватимуться з агентами великих видавництв на кшталт Gallimard чи Amazon. Бувають і дивакуваті гравці, до яких просто неможливо достукатися інакше, окрім особистої зустрічі чи поради уже знайомих агентів.

Сьогодні ситуація дещо інакша, й Україна має свої стенди на найбільших ярмарках. Це один із напрямів роботи нової державної структури – Українського інституту книги: щороку вони збирають каталоги прав із перекладами фрагментів текстів та контактами видавців, презентують нові українські видання та продумують програму виступів гравців ринку [6].

Менеджерка культурних проєктів Богдана Неборак пояснює, що у співпраці з іноземним ринком літературний агент або видавець необхідні – це проміжна ланка, яка може прокомунікувати книжку через каталоги. Особливо це помітно для перекладних «дебютантів» – тих, чий текст перекладається вперше. Автори зазвичай не вміють (і, зрештою, не мають уміти) рекомендувати та представляти свої тексти, адже це менеджерська функція власне агентів.

З українських авторів за кордоном найбільше відомі Юрій Андрухович, Сергій Жадан, Оксана Забужко та Андрій Курков. Проте найбільшу кількість прав на переклад от уже три роки поспіль продають творча майстерня «Аграфка», Оксана Була та Сергій Жадан. Перші – Романа Романишин, Андрій Лесів і Оксана Була – автори дитячої літератури. Їх книги «Голосно, тихо, пошепки» та «Я так бачу» продані до 24 країн.

Іван Федечко, директор відділу авторського права у «Видавництві Старого Лева», яке є лідером серед українських видавництв із підписаними контрактами, розповідає, що в них найпопулярніші позиції тримають дитячі книжки. Окрім книжок «Аграфки», за кордоном читають «Зубр шукає гніздо» та «Ведмідь не хоче спати» Оксани Були. Іван Федечко також наголошує на важливості налагодження постійних зв'язків з редакторами та менеджерами іноземних видавців, які відповідають за добір книг для перекладу [6].

Час від часу українські автори, які вже мають готові переклади своїх творів, але ще не мають їх опублікованими окремою книжкою, потрапляють на великі міжнародні події на кшталт Франкфуртського чи Лейпцизького книжкового ярмарку. За державної або грантової підтримки вони мають там виступи, на які переважно приходить українська діаспора. І це дуже важливо для культурної підтримки українців за кордоном. Але такі поїздки не впливають ні на пізніші переклади, ні на знайомства автора з перекладачами та літагентами. Неefективно це для промоції.

За словами німецької перекладачки Клаудії Дате, першої лауреатки нової премії *Drahomán Prize* для перекладачів з української мови на мови світу, «індустрія заходів багато в чому відрізняється від видання книжок. Звісно ж, на ярмарки ходять видавці і цікавляться тим, що відбувається. Але всі ті заходи, які відбуваються в літературних будинках, проекти, які там робляться, не надто пов'язані з виданням, з промоцією книжок. Найважливіший тут автор як особистість. Бо якщо аудиторія захоплена, то організаторам цього достатньо. А чи продається книжка, чи її читають, це вже менш важливо, хоча на місці майже завжди організують продажі книжок присутніх авторів. Звісно, презентація автора в літературному будинку – це важлива форма промоції, що може зацікавити дуже різну аудиторію. Але ми мусимо розуміти, що оця інсценізація літератури – це щось зовсім інше, ніж читання книги. Тому що коли ми хочемо підтримувати українську літературу, ми можемо – звичайно ж – презентувати українських авторів. Літературні будинки із захопленням будуть їх презентувати, запрошувати читати уривки. Але видання книжок – це інша річ. Це не обов'язково пов'язано» [7].

Аналогічна ситуація й в Україні: на Книжковому Арсеналі, на Форумі видавців, та й поза ними. Коли автор приїжджає без книжки, це дуже рідко впливає на те, що переклад потім тут з'явиться. Найкраще спершу видавати книжку, а потім автора привозити. Мабуть, у всіх країнах це працює однаково [7].

На кількість перекладів із певної мови також впливає і наявність фахових перекладачів. Адже з української англійською має перекладати україніст, а не український перекладач із англійської – це різні формати взаємодії з текстом. Тут з'являється запит на мотивацію людей перекладати з української та вивчати її в університетах. Для цього потрібна грантова підтримка.

Тому Український інститут книги запустив програму *Translate Ukraine*, що частково відшкодовує витрати видавництв на переклад і видання української

книжки. Така підтримка зменшує підприємницький ризик видавця, коли він береться за переклад менш відомих українських авторів [6].

У межах першого запуску цієї програми підтримки перекладів творів української літератури іншими мовами “Український інститут книги” підтримав 53 переклади книг українських авторів на 21 мову (англійську, німецьку, італійську, французьку, словацьку, польську, а також арабську, іврит, монгольську, македонську та інші) у 24 країнах світу. Ця державна програма підтримки перекладів творів української літератури іншими мовами, аналогів якої в Україні нема, покликана популяризувати українську літературу за кордоном. Як розповіла кураторка Програми від Міністерства культури та інформаційної політики України Олена Земляна, програма підтримки перекладів – це важливий крок у напрямку руху промоції читання української літератури за кордоном. «Перші результати дійсно вражають. А головна задача – розвивати далі цю програму, щоб у цьому році ще більше перекладів могли потрапити у різні країни. Для досягнення цієї мети, ми будемо цього року запроваджувати певні законодавчі зміни», – наголошує Олена Земляна. За словами директорки Українського інституту книги Олександри Коваль, цілями програми є збільшення видимості України та української літератури у міжнародному культурному просторі та зростання впізнаваності українських авторів за кордоном. «Кількість перекладів з української мови у 2013 році становила – менш ніж 10 перекладів. У 2016 році, коли ми вперше почали проявлятися на міжнародних книжкових ярмарках, було трохи понад 40 перекладів. У 2020 році значно зросла їхня кількість – 120 перекладів було видано без підтримки, і 53 переклади завдяки підтримці Українського інституту книги. Це 30% від загальної кількості перекладів», – наголосила Олександра Коваль.

За словами менеджерки культурних проєктів, редакторки проєкту «„Читанка” The Ukrainians» Богдани Неборак, програма Translate Ukraine гуртує людей навколо української книжки – видавців, перекладачів, читачів, менеджерів культурних проєктів [8].

Перший запуск програми Translate Ukraine мав продовження у 2021 році. Експертна рада Українського інституту книги обрала 90 книжок, які перекладуть іншими мовами світу в межах програми Translate Ukraine 2021. Максимальний розмір відшкодування за переклад складає 4000 євро.

Експерти отримали 113 заявок від 72 учасників відбору і створили список з 90 книжок, які подолали мінімальний прохідний бал (51). Найбільше балів отримали такі проєкти: Станіслав Асєєв «В ізоляції» (мова перекладу – англійська); Софія Андрухович «Амадока» (мова перекладу – хорватська); Софія Андрухович «Фелікс Австрія» (мова перекладу – грецька); Олеся Яремчук «Наші інші» (мова перекладу – німецька); Тамара Горіха Зерня «Доця» (мова перекладу – македонська); Андрій Любка «Карбід» (мова перекладу – сербська); Гаська Шиян «За спиною» (мова перекладу – хорватська); Леся Українка «Лісова пісня»

(мова перекладу – азербайджанська, турецька); Андрій Лесів та Романа Романишин «Війна, що змінила Рондо» (мова перекладу – англійська).

Деякі книжки планують перекласти декількома мовами. Це твори класиків – Лесі Українки, Григорія Сковороди, – а також сучасних письменників. До перекладу іншими мовами готують і дитячі книжки. 15 творів зі списку перекладуть болгарською, 13 – німецькою, 10 – перською, 9 – польською та 8 – англійською [9].

Подібна державна підтримка практикується й за кордоном, наприклад, Німеччина добре фінансує переклади своїх авторів. Ба більше, хороші перекладачі можуть стати своєрідними амбасадорами української літератури за кордоном. Українська перекладачка Ярослава Стріха розповідає, що грантова підтримка спонукає перекладача прийти у видавництво й запропонувати якусь менш відому книжку, витрати на видання якої зможе частково відшкодувати держава.

Звісно, на впізнаваність автора впливають і номінації в міжнародних преміях – це секрет успіху Оксани Забужко, Юрія Андруховича, Сергія Жадана й Тані Малярчук. Після Літературної премії Європейського союзу роман Гаськи Шиян «За спиною» планується до видання в щонайменше двох країнах, хоча це тільки друга публікація авторки.

Богдана Неборак визнає, що поки у світі немає тренду на українську літературу. Україна не асоціюється зі своїми поетами, романістами чи будь-якими іншими сторітелерами. Проте, наша література має багато цікавих історій, про які варто навчитися розповідати так, щоби іноземцям хотілося ввібрати їх у власну мову та забрати до власних домівок.

Однак, у нас уже є державна грантова програма, Україна вже декілька років поспіль також бере участь у програмі «Креативна Європа», що підтримує переклади. В нас є автори, імена яких впізнають у різних культурних сферах: не тільки літературі, але й кіно та музиці. А також з'являються амбасадори, які розповідають про українську літературу так, що права купують не тільки на сучасних авторів, але й на класику на кшталт Марка Вовчка або В. Домонтовича [6].

«Література на експорт» – це онлайн-програма для видавців і літагентів, яка має на меті зацікавити іноземців українською книжкою та дати можливість видавцям з України промотувати літературу за кордон, розпочати експорт або наростити його шляхом встановлення прямих контактів на B2B-зустрічах з іноземними партнерами. Це спільний проєкт House of Europe і Книжкового Арсеналу.

Під час «Літератури на експорт» на B2B-зустрічах з іноземними партнерами під час Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал» 2021 пройшло 142 перемовин між українськими й закордонними видавництвами

Цього року до переговорів долучились 21 українське і 41 іноземне видавництва з 22 країн. Усі перемовини пройшли на платформі Hopin, що

надавало можливість проводити їх паралельно, поєднуючи людей із різних куточків світу. Найбільше партнерів було з країн ЄС.

Зокрема, Словенія – це невеликий ринок із двома мільйонами жителів, але там продовжують видавати всі типи книг на дуже високому рівні. Під час логістичних обмежень переговори, які організувала команда Книжкового Арсеналу, важливі для занурення в український книжковий ринок. Тож, було проведено 20 зустрічей, що, за словами Сені Пожар, старшої менеджерки з іноземних партнерств у Mladinska knjiga й Sankarjeva založba (Словенія), дали добрі результати [10].

У «Книжковому Арсеналі» 2021 вперше взяли участь представники з Сінгапуру, Індонезії, Хорватії, Індії, Малайзії, Ірану.

«Ми раді взяти участь у переговорах, розібратися з основними гравцями українського книжкового ринку і сформуванню бачення майбутньої співпраці, – зазначила Ведха Сі, менеджерка з купівлі прав Gramedia Publishers (Індонезія). – А ще вражені технічним рівнем організації перемовин, сподіваємося, що й наступного року поглибимо знайомство з українськими партнерами».

Основне завдання проекту «Література на експорт» – стимулювати переклади українських книжок за кордоном та посилити компетенції українських видавців у продажу прав. Багато українських видавців минулого року вже брали участь у програмі.

Та рівень зацікавленості закордонних видавців у цьому році значно виріс, порівняно навіть з 2020-им. Вони готові купувати та видавати проекти українських авторів. Організатори підібрали дуже гарну добірку видавців – від Азії та Океанії до Латинської та Північної Америки. Портфоліо закордонних видавців теж було різноманітним, тож всім українським учасникам було легко знайти партнерів для зустрічей

Багатьом учасникам довелося опанувати нові для них диджитальні інструменти. Інклюзивність формату та надзвичайна підтримка двох сильних команд-організаторів зробили цей захід не просто можливим, а й досить успішним [10].

З одного боку, за минулий рік видавці навчилися успішно проводити переговори в умовах соціальної дистанції самостійно, – це засвідчує рекордна кількість виданих перекладів з української іноземними мовами. З іншого боку, експертне представлення українського літературної сцени через відеолекції, співпраця з культурними інституціями всередині країни, сповіщення про грантові можливості, вагомі конкурси книжок і адвокація через амбасадорів – формує в іноземців комплексне уявлення про Україну як надійного й перспективного партнера, – впевнена кураторка проекту Оксана Хмельовська.

Втім, як зазначає менеджерка грантів на переклад House of Europe Дзвінка Ганна Пінчук, просто видавати гранти на переклад замало. «Про нас мають почути за кордоном, аби було кому ці гранти отримувати. Саме тому цей проект



такий важливий для House of Europe. Це можливість для іноземних видавців не лише дізнатися більше про нашу літературу, але і домовитися про співпрацю з українськими колегами під час онлайн B2B-зустрічей. Минулого року до нас на Гранти на переклад подалися іноземні видавництва, які уклали договір про придбання прав саме завдяки проекту Ukrainian literature: rights on. Ми сподіваємось, що цьогооріч проєкт знову сприятиме появі нових перекладів»

Втім, онлайн B2B-переговори – це фінальний етап проєкту «Література на експорт», що відбувся у межах X Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал». Першим етапом була освітня програма – інтерактивні онлайн-лекції та воркшопи від провідних світових експертів 7–9 червня.

Освітні програми дають змогу не лише підвищити кваліфікацію, але й дізнатися про шлях до успіху, який прокладають для себе іноземні професіонали. Це дає підказки, як рухатися українському видавцеві. За словами Наталії Мірошник, менеджерки з продажу прав видавництва Vivat, «Vivat використовує цінні поради з лекцій, і, слід відзначити, прогрес у нас є. Цьогооріч у мене було значно більше зустрічей, де просувала літературу на експорт я, а не мій іноземний співрозмовник. Навіть якщо траплялися партнери, які зацікавлені лише продавати права, мені вдавалося отримати контакти тих, хто купує, тож для мене зустрічі продовжуватимуться» [10].

Згідно з оглядом Українського інституту книги (УІК), з 2014 до 2018 року бачимо стабільне зростання продажів прав за кордон. Зменшення кількості публікацій у 2019 р. на 30% стосовно 2018 р. може бути незначним чином пов'язане із негативною динамікою обсягу ринку книги в Україні в 2019 році (зниження на 7,15%), проте більшою мірою – внутрішніми змінами в стратегіях видавців, які зосередилися на вітчизняному ринку [11].

У 2020 році найбільше перекладів творів вийшло у Китаї (20), Болгарії (13), Польщі (13), США (12) та Чехії (11). Найбільша кількість перекладів здійснена на англomовний ринок, що є найбільш конкурентним у світі – 18 перекладів. Загалом, у 2020-му вийшло 5 видань французькою мовою. Іспаномовний ринок також побачив 5 перекладів, а німецькомовний – 9. Своєю чергою, англomовний переклад літературного твору значно збільшує шанси виходу на наступні ринки. Згідно з дослідженням видавничої галузі України, проведеним УІК у партнерстві з Британською Радою, однією з причин меншого попиту на українську художню літературу є критичний брак фахівців, які б володіли українською та могли б оцінити якість твору. Відповідно наявність англomовної версії де-факто є свідченням конкурентоздатності тексту та робить його більш доступним для наступних закордонних появ.

Серед перекладів – твори як уже відомих українських письменників (Сергій Жадан, Андрій Кокотюха, Юрій Андрухович, Юрій Іздрик), так і молодих авторів (Мирослава Лаюка, Олесь Яремчук, Тамара Горіха Зерня). Найпопулярнішими авторами стали Романа Романишин та Андрій Лесів (творча майстерня «Аграфка») з 12 перекладами художніх творів, за ними йдуть

Оксана Була та Марія Жученко з творами для молодшої аудиторії (по 11 публікацій в кожній авторки), потім Катерина Міхаліцина із серією «Хто росте» (8 публікацій). Серед авторів художньої літератури та нон фікшн лідером став Сергій Жадан з 5 закордонними виданнями, після нього йдуть Олег Сенцов з 4 проданими ліцензіями та Оксана Забужко з 3 творами, виданими в США. Окрім того, серед перекладів фігурують і видання класиків (Марко Вовчок, Микола Бажан та ін.) [11].

Втім, мова придбання прав на книгу може відрізнитися від державної мови країни, яка їх купує. Наприклад, права на цифрову версію трьох творів Романи Романишин і Андрія Лесіва данське видавництво придбало одразу англійською, французькою та власне, державною мовою. Таким чином видання з'явилося одразу на трьох мовних ринках. Подібні ситуації зазвичай трапляються з авторами, які вже встигли зарекомендувати себе на міжнародній книжковій арені, та видавець може бути певним за успіх твору. Деяких українських авторів представляють закордонні літературні агенції та власні літагенти, найчастіше вони обирають вже відомих авторів, які стало пропонують нові й нові видання. Серед них можна перелічити такі імена, як Сергій Жадан, Юрій Андрухович чи Оксана Забужко, а подекуди й Макс Кідрук та інші [11].

Серед найактивніших покупців українських книжок за останні 7 років – Болгарія (143 назви), Китай (98 назв), В'єтнам (61 назва), Польща (47 назв), Словаччина (41 назва), США та Чехія (по 30 назв). За цей час у світі було видано понад 830 перекладів з української.

Серед публікацій переважає дитяча література, хоча з 2014-го року почала стрімко зростати популярність художніх та нехудожніх видань на політичну та історичну тематики. Азійські ринки, в першу чергу Китай і В'єтнам, цікавляться виключно книжковою продукцією для молодшої аудиторії. Така ситуація спричинена зокрема й браком перекладачів.

Найпопулярнішими авторами, книги яких були перекладені в 2013–2020 рр. за кордоном, були Романа Романишин та Андрій Лесів (79 перекладів), Сергій Жадан (45 перекладів), Оксана Була (33 переклади) та Катерина Міхаліцина (28 перекладів) [11].

На думку керівниці аналітичного відділу УІК Ірини Батуревич, рушійною силою певного прориву українських авторів на зарубіжні ринки стало те, що змінився спосіб мислення як ключових гравців ринку, менеджерів у сфері культури, так і широкої світової аудиторії, яка зацікавилася Україною і, відповідно, її історією, культурою та літературою. Це почалося 2013 року: попри те, що це був виклик для всього суспільства, з'явилося багато низових ініціатив та відбулися зміни в розумінні власної відповідальності за імідж своєї країни в світі – зокрема й з боку активістів культури, видавничого бізнесу. Це стало актуальним за умов, коли в закордонних медіа Україну часто-густо сприймали через призму російської пропаганди, на яку РФ витрачає величезні бюджети. Саме ці низові ініціативи стали такою рушійною силою і передумовою змін [5].

До того ж відбулася інституціоналізація культури. Наприклад, участь у Франкфуртському книжковому ярмарку. Тривалий час цей стенд був звичайною пластиковою конструкцією, в певні роки оформлений рушниками і колоссям пшениці, без видимої мети участі. На жаль, це не виглядало як міжнародне представлення країни. Потім упродовж трьох років, з 2015 до 2017, стенди почала організовувати ініціативна команда «Книжкового Арсеналу»: зі справді цікавою мистецькою програмою, кураторським поглядом. У 2017 до співорганізації вперше долучився Український інститут книги (УІК) на чолі з Тетяною Терен. За ці роки вдалося звернути до нас увагу і закордонної преси, й іноземних видавців, які побачили, що Україна нарешті з'явилася в тому самому контексті, в якому вони звикли бачити національну участь. Ба більше, ми з'явилися ще й як особливий інформаційний привід: як країна з особливим історичним досвідом, як країна, в якій точиться війна і яка змінила свій курс у протилежному від Росії напрямку. Як Україна, яку можна й варто досліджувати, з якою можна й варто співпрацювати [5].

Після цього 2018 року естафету підхопив на потужнішому інституційному рівні УІК (спершу під керівництвом Тетяни Терен, а згодом – Олександри Коваль) за підтримки Міністерства культури та інформаційної політики та Міністерства закордонних справ. Це вже була фінансована державою участь, яка не пройшла непоміченою і ставала дедалі ефективнішою в показниках. Коли УІК почав організовувати такі заходи, це стало на рейки стабільності. Так, у 2019 році Український інститут книги забезпечив участь з національним стендом у дев'яти великих міжнародних ярмарках: Франкфурт, Болонья, Париж, Лондон... «Завдяки співпраці з УАВК та посольствами України, ми долучилися до організації стендів у Монреалі, Абу-Дабі, Празі, Софії та Мінську. А ще ми з'їздили на розвідку в Рим, Шанхай та Відень. Після кожної такої міжнародної участі, запитували видавців, якою була мета їхньої поїздки. Раніше одним із основних завдань була купівля прав, але сьогодні 85% опитаних видавців кажуть, що це й продаж ліцензій за кордон. Така мотивація уже є здобутком», – наголошує Ірина Батуревич [5].

Також зіграло роль те, що з'явилися флагмани ринку, які зрозуміли, що продаж прав за кордон – цікавий напрям для роботи. На сьогодні три видавництва – «Видавництво Старого Лева», «Ранок», Vivat – є найактивнішими учасниками цього ринку [5].

Така активна робота з продажу прав характерна для країн, які дуже сильно вкладаються в програми міжнародної участі. Наприклад, Грузія мала такі темпи, коли була в статусі почесного гостя Guest of Honor у Франкфурті й активно намагалася достукатися до закордонної аудиторії.

Проте слід зважати на характер проданих книжок – адже найкраще продаються комерційні назви, що не мають настільки репрезентативного характеру та не порушують важливі для нас теми: книжки-картинки з яскравими ілюстраціями, які хоч і можуть говорити на складні теми, проте не можуть

виконати місію побудови нового іміджу України. Вони завжди залишатимуть позаду інтелектуальні романи, історичний нон-фікшн, видатну поезію, що є набагато складнішими як у перекладах, так і в промоції для закордонної аудиторії [5].

Дієвим чинником популяризації літератури є ЗМІ й телебачення. Справжнім виграшним лотерейним білетом для письменника сьогодні є не престижна літературна премія й не контракт із великим видавництвом, а запрошення в «Читацький клуб Опри Вінфрі». Тоні Моррісон, Кормак Маккарті, Джеффри Євгенідіс – майже всі, кого ми сьогодні вважаємо приналежними до сучасного канону американської прози, пов'язані з клубом Опри. Так, Євгенідіс отримав свого Пулітцера за «Середню статтю» ще у 2003-му, однак світової слави зажив на чотири роки пізніше – саме після запрошення Опри на шоу. Крім «Читацького клубу Вінфрі», де просувають американську літературу, впливовими лишаються клуб Емми Вотсон, у якому домінують феміністичні тексти, і зібрання Різ Візерспун. Остання формує умовний «жіночий літературний канон» без прив'язування до певної національності. Комуś може здатися, що говорити про популяризацію літератури через клуби відомих акторок або ведучих – стратегія легковажна. Однак такі клуби свідчать про дуже важливий феномен: моду на літературу в кожній окремій країні. Читати в таких суспільствах модно, відвідувати читацькі клуби й обговорювати романи – звична практика, мати на журнальному столику у вітальні бодай одне медіа, пов'язане з культурою, – обов'язково. Поки в суспільстві читання не стане модним, поки не читатиме кожен, хто претендує навіть не на статус інтелектуала, а просто на повагу інших, годі говорити про видимість нашої літератури [12].

Важливим кроком до пропаганди перекладів з української стало запровадження премії Drahomán Prize.

«Сьогодні, коли українських письменників перекладають у десятках країн, настав час підтримати перекладачів з української мови не тільки морально, але й за допомогою такого великого стимулу, як окрема премія, – зазначає письменник Андрій Курков. – Перекладач – це людина-інституція, яка все життя працює на обрану іноземну літературу. Ми хочемо, щоб українська література якнайчастіше ставала обраною і таким чином – більш відомою у світі».

Drahomán Prize планують вручати щорічно за високу перекладацьку майстерність і внесок у промоцію української літератури за кордоном.

Культурна присутність України у світі не може бути повноцінною без кваліфікованих перекладачів і якісних перекладів. Тож цією премією відзначатимуть не лише майстерність і досягнення, але й внесок у те, щоб Україну краще знали й розуміли за кордоном.

Книжка, з якою перекладачі номінуються на Drahomán Prize, має бути видана протягом останніх трьох років. Фактично це єдина умова, адже премія не обмежує ані у географії, ані у перекладацькому досвіді.

Загалом на Drahomán Prize за 2020 рік було номіновано 27 перекладачів з 14 країн, серед яких – Німеччина, Франція, Велика Британія, Польща, Чехія, Італія, Сербія, Греція, Болгарія, Північна Македонія, США, Австралія, Бразилія, Ліван. А першим лауреатом премії стала німецька перекладачка Клаудія Дате [13].

Популяризації перекладів сприяє й Літературно-перекладацький фестиваль TRANSLATORIUM, що у 2021 році проходив у Хмельницькому вже вп'яте. Цьогоріч він став особливо очікуваним для гостей і відвідувачів, адже в 2020 через пандемію організаторки були змушені повністю перенести його в онлайн-формат. Темою TRANSLATORIUM 2021 став «Простір перекладу».

Протягом трьох днів гості фестивалю брали участь у воркшопах, вчилися театральному перекладу, першими побачили настільну гру для перекладачів, дізнались цікаві історії міста на аудіотурі, слухали виступи українських музикантів і діджеїв, поетів [14].

Вже не вперше фестиваль обирає різні види мистецтва, посередництвом яких можна говорити про переклад. Цього року велику увагу було приділено монументальному мистецтву та виходу мистецтва в міський простір загалом. Так, на фасаді Хмельницької обласної бібліотеки для юнацтва з'явився стінопис. Завдяки фестивалю у просторі міста також з'явилися артоб'єкти з 3d-поезією авторства Семьона Ханіна, Дарини Гладун і Лесика Панасюка. Встановлення робіт є результатом воркшопу Ханіна, що відбувся на TRANSLATORIUM 2020. Цей проєкт створив своєрідний текстовий маршрут у місті та наповнив його новими сенсами.

Спеціально до фестивалю, сучасні українські композитори створили музичний твір на основі роману письменниці Софії Андрухович «Амадока». А прем'єра концерту стала одним із найяскравіших спогадів з фестивалю.

Цей проєкт переніс текст у площину сучасної академічної музики, а слухачів – у світ образів і метафор. Концерт складала три частини, над кожною з яких працював окремий композитор. Писали музику Альберт Саприкін, Борис Логінов та Максим Коломієць. Вони розповіли історії трьох героїнь роману [14].

TRANSLATORIUM – це завжди нові можливості та несподівані колаборації. У межах перекладацького воркшопу, організованого фестивалем, поетки з Литви Рамуне Брундзайте та Індре Валантінайте працювали з українськими поетками та перекладачками Еллою Євтушенко та Дариною Гладун. Напередодні вони обмінялись своєю поезією й перекладали тексти одна одної через мову-посередник – англійську. Такий переклад став рідкісною нагодою дізнатись, що саме закодовано в тексті, безпосередньо від авторок, а також спільно обговорити метафори та разом обдумати, як донести їх читачеві. Тож на поетичних читаннях, що відбувались першого фестивального дня, Рамуне, Індре, Елла та Дарина представили результати своєї роботи та прочитали оригінали й переклади своїх віршів [14].

Водночас все ще актуальною залишається проблема впізнаваності української літератури к Світі. Це особливо актуально, бо навіть в Україні дуже часто краще знають сучасну зарубіжну літературу, ніж вітчизняну.

Ми чекаємо на свіжі книжки Кадзуо Ішігуро, коментуємо список найкращих видань від NYT і знаємо про шортлист Міжнародного Букера більше, ніж про лауреатів Шевченківської премії за останні 20 років. То як одним літературам вдається посідати такі високі місця не лише на міжнародному п'єдесталі, а й у нашій внутрішній ієрархії, поки інші пасуть задніх?

Значну роль тут відіграє суто історичний фактор. Хоч би як ми нині ламали законодавчі списи і з якою тугою згадували труднощі на шляху української мови, проте одного, на жаль, змінити не можемо. Наша література тривалий час належала до так званих «малих», якщо згадувати термінологію французьких філософів Жюльєн Дельоза та П'єр-Фелікса Гваттарі. Мала література найчастіше пов'язана з мовою меншини, локалізованою в більшій мові. Для такої літератури завжди характерний вищий рівень політизації, хоча б тому, що йдеться про консолідацію через мову. Часто вибір мови стає політичним висловлюванням, демонструванням позиції, а також зумовлює добирання тем. Якщо велика література може собі дозволити втриматися від політичних коментарів (вона вже перебуває у виграшному становищі), то мала найчастіше відбиває колективний інтерес і містить відверте або приховане політичне висловлювання. Якщо узагальнити, то можна сказати, що мала література просто приречена протистояти більшій, бо інакше її буде поглинуто, натомість більша може собі дозволити не докладати особливих зусиль для домінування [12].

Бути меншиною на літературному ринку – не вигідно. Візьмімо хоча би приклад Індії: британці активно імпортують чай і тканину й натомість імпортують власні романи та літературні теми. Так, саме літературні теми. Щоб роман продавався на західному ринку, він не лише має бути написаний англійською мовою, а й стосуватися проблем, які цікавлять англійців. Написаний блискучою англійською постколоніальний текст, де центральним питанням є переосмислення історії, дає освіченому британському читачеві можливість абсолютно безпечно пережити розкаяння за імперські амбіції своєї батьківщини. Пережити – і відпустити. Чи стала індійська література відомішою та популярнішою за останні 30 років? Безумовно. Арундаті Рой, Салман Рушді, Аравінд Адіга – автори першого ешелону. Однак чи має шанс індійська література дорівнятися до британської впродовж найближчих 30 років за рівнем продажів, кількістю нобелівських лауреатів, потужністю літературного процесу? Ні.

Імперське минуле тут дає окремим літературам чималу фору. Звісно, в Алжирі читатимуть французьких авторів, а новозеландці ще довго почуватимуться частиною британського літературного процесу. Поширивши свою мову на територію колонії, імперія на довгий час забезпечує попит на свій культурний продукт. Навіть головна британська нагорода – Букерівська премія –

залишається ностальгійним пам'ятником імперії, якої давно немає. Утім, варто сказати, що з часом місцева література емансипується й виходить із-під чужого впливу, якщо політику держави спрямовано на підтримку «своїх» [12].

Актуальною для України залишається проблема якості перекладів. Наприклад, у Китаї досі немає достатньої кількості українців чи перекладачів, і виходить, що ми не зрозумілі китайському ринку, нам бракує цього містка, щоб продавати туди ліцензії, бути перекладеними. І через це багато ринків лишаються закритими для нас – зокрема, хочеться мати більше «професійних читачів», які могли б прочитати цю книжку і порадити її видавцеві.

Тому що перекладачі, україністи, представники інших ринків можуть виступати в ролі так званих «скаутів», які впливають на рішення у видавництвах. Якщо перекладач, з яким видавець часто працює, приносить йому книжку й каже, що він хоче цей твір перекласти, то, звісно, видавництво буде розглядати цю книжку серед можливих майбутніх проєктів. Без «скаутів», які можуть допомогти іноземним видавцям розібратися в нашій літературі, які відкриють українських авторів партнерам за кордоном, українським книжкам дуже складно пробиватися на закордонний ринок [5].

Важливим фактором популярності літератури, що безпосередньо впливає на кількість перекладів, є поширеність мови оригіналу. Якщо текст написано світовою мовою – взяти хоча б шість офіційних мов ООН, – для нього від початку відкритий величезний потенційний ринок збуту. А особливо – якщо автор пише англійською. Ось чому всі згадані вище індійські автори обирають англійську, хоча могли би писати гінді чи мовою малайлам. Проблема не в тому, що в Індії побутує понад 400 мов і складно обрати, якою саме доносити свої думки, а в тому, що текст, написаний англійською, має шанс моментально завоювати прихильність американських, британських та австралійських читачів. І це ще до того, як питання перекладів на інші мови взагалі виникне. Поширеність мови, звісно, безпосередньо пов'язана з накладом, а отже, і прибутками, які отримає автор, та впізнаваністю його імені у світі. Хоч як крути, більшість авторів грають у команді: коли світова спільнота приймає першого письменника з певної країни, наступним пробитися відчутно легше. Коли у 2013-му вистрелив роман «Світила» новозеландки Елінор Каттон, читачі зацікавилися не лише її ранньою творчістю, а й феноменом новозеландської літератури загалом [12].

Популярність культури також може допомогти цілій когорті письменників здобути визнання за кордоном. Коли почалася мода на Японію, зокрема аніме, молодь відкрила для себе ще й потужну літературу традицію. І хай у мережі досі плутають двох Мураками, Абе й Ое, – статус літератури відчутно змінився [12].

Взагалі, переклад книги іноземною мовою – трудомісткий процес, який потребує від команди видавництва значних витрат, не лише фінансових, а й часових. Вони мають створити таку книжку, яка продаватиметься не лише на локальному ринку, а й буде цікавою міжнародній аудиторії.

Права можуть продавати або літагенти, або видавництва. Щодо другого варіанту, то для цього потрібно мати менеджера з прав, який буде не лише купувати, а й продавати. Обидва ці процеси важливі. Якщо видавництво купує права в закордонного партнера й перетворює його книжки на українські бестселери, – тобто є історія успішної співпраці, – тоді цей партнер найімовірніше розгляне пропозицію цього видавництва щодо купівлі українського твору. Бо складно продавати комусь, хто про тебе нічого не знає і на чий редакційних смаках ви й самі не дуже розумієтесь [5].

Важливим тут може бути й активність внутрішнього ринку. Порівняймо невеликий, але активний ринок із хорошою державною підтримкою та невеликий і неактивний ринок із мінімальною державною підтримкою. Наприклад, чеський і наш. Для їхнього видавця, згідно зі «Звітом про чеський книжковий ринок 2019–2020 років», середнім є наклад у 3500–5000 примірників. Для нашого – близько 1000–1500. У Чехії за 2019-й, останній допандемійний рік, було видано близько 15 тис. нових назв, в Україні – близько 24 тис. Тобто за накладками Чехія нас обігрує втричі, за назвами ми поки що випереджаємо, однак навіть не вдвічі. Саме час згадати, що населення Чехії становить 10,6 млн осіб, а України – понад 40 млн. Тож наша читацька спільнота порівняно мала й геть не активна. І йдеться не про «дорогі книжки», як часто виправдовуються наші громадяни, які не купили за рік жодного видання, а про неготовність українського читача витратити гроші на літературу. Так, середня ціна книжки в Чехії у 2020 році становила близько 275 крон (приблизно 360 грн), що відповідає ціні вечері в недорогому празькому пабі. Ціна української книжки до ціни вечері в київському пабі, як правило, не дотягує. Що дає активний читацький ринок і більший попит на книжки? Вищі прибутки та ширші можливості для видавця, зокрема й у просуванні своїх авторів за кордоном. Можливість відправити автора на міжнародний ярмарок, видати якісний каталог, нарешті, перекласти сайт кількома мовами. Є й менш очевидні фактори: активна читацька спільнота презентує національну літературу в інтернеті, просуває власних авторів відгуками в соціальних мережах для читачів, а також формує мережу зв'язків із читачами з різних країн світу. Простіше кажучи, займається своєю культурною дипломатією [12].

Саме тому, що продаж прав дуже складний і тривалий процес, який потребує постійних поїздок і контактів із закордонними партнерами, українські видавці не завжди готові вкладатися в таку співпрацю. Вважається, для того, щоб продати права, потрібно як мінімум тричі зустрічатися з партнером. Часто на це йде три роки, тому що місцем зустрічі, наприклад, може бути лише Франкфурт. Крім того, результат цих переговорів складно передбачити: ситуація за цей час може кардинально змінитися, як-от зараз. Усім стали цікаві книжки про пандемію, антиутопії, а роман, присвячений переосмисленню, скажімо, історичних подій більш далекого минулого, уже не становить інтересу для



«покупця». Продаж прав – не проста робота, що не принесе прибуток у перші роки, зокрема й через великі витрати на закордонні відрядження [5].

Проте це дає інші дивіденди. Керівниця аналітичного відділу УІК Ірина Батуревич згадує, що якось запитала в одного великого видавництва, чому вони продають права на їхніх авторів, адже ці прибутки – ніщо, у порівнянні з тим, що вони мають на українському ринку. Суто з фінансового боку, їм було вигідніше видати ще одну нову книжку, ніж витратити час на промоцію автора за кордоном та пошук агента чи видавця для співпраці. Видавець відповів, що конкуренція за авторів на українському ринку зростає, і якщо видавництво прагне, щоб хороший автор залишився з ними, то вони мають забезпечити для нього цю можливість говорити з закордонними аудиторіями різними мовами, щоб їхні твори були перекладені в усьому світі. Це створює імідж видавництва на внутрішньому ринку [5].

Іншу стратегію ілюструє феномен популярності за кордоном Сергія Жадана та Юрія Андруховича. Права на їхні твори належать величезному німецькому видавництву Suhrkamp Verlag, яке не лише видає їхні твори німецькою, а й продає права для перекладу іншими мовами. Саме завдяки цьому твори письменників змогли вийти і на інші ринки, а самі вони стали більш відомими за кордоном.

Це дві базові стратегії. Є ще одна, коли автор сам намагається працювати зі своїми правами, і на кожному ярмарку будуть автори, які намагаються продати книжку напряму. Проте, це не завжди є ефективним. Все ж таки йдеться про різні функції, бо цим мають займатися фахівці, які знають, з ким потрібно зв'язатися, як налагодити контакт і продати цю книжку [5].

На позитивну динаміку перекладів впливає й відкритість кордонів і можливість експортувати свою літературу за пільговими умовами. Лише один ринок у світі такий самодостатній, що може собі дозволити «літературне відлюдництво», – американський. Пулітцерівська премія, вибір тем, літературні тренди – у США це все внутрішня історія. Американці пишуть насамперед для своїх, але їх усе одно купує весь світ. А решті літератур, зокрема і британській, доводиться думати про експорт. І тут вільний економічний простір Європейського Союзу стає важливим фактором популяризації: там, де українцям потрібно боротися за місце в каталозі, німці чи французи мають його автоматично. До речі, експерти британського книжкового ринку прогнозують суттєве падіння прибутків своїх видавців після Brexit: якщо раніше британські автори могли конкурувати на європейському ринку з американськими коштом пільгових умов постачання своїх книжок, то тепер американці остаточно захоплять лідерство. В останніх – усі козири на руках: потужніший внутрішній ринок, більше малих видавців, нижча собівартість книжки шляхом масштабування. Це означає, що найближчими роками в каталогах європейських видавництв дедалі частіше звучатимуть прізвища американських авторів і дедалі рідше – британських [12].

Доки в суспільстві читання не стане модним, поки не читатиме кожен, хто претендує навіть не на статус інтелектуала, а просто на повагу інших, годі говорити про видимість нашої літератури. Як ми можемо жалітися, що українських авторів не люблять за кордоном, якщо самі їх не читаємо?

Утім, просування національної літератури – насамперед справа рук держави [12].

Без програм перекладу на кшталт Translate Ukraine, конгресів, резиденцій та воркшопів для перекладачів з української, програм мобільності для закордонних літагентів та видавців, ми не зможемо вийти на великі мовні ринки. Так, можливо, ми будемо мати красиві цифри, проте серйозна українська література так і ризикує залишитися в локальній ізоляції. Проте сьогодні все свідчить про те, що українська література має всі шанси посісти своє місце в міжнародному контексті [2, 5].

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавриленко О. Проблематика сучасних видань перекладної літератури в Україні / Гавриленко О. Д. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/153584082.pdf> (дата звернення: 29.10.2021).

2. Чадюк М. «Щоб неокриленому слову добути силу чарівну». Як український переклад сприяв формуванню національної ідентичності – інтерв'ю з Максимом Стріхою / Чадюк М. // День. – 2021. – 22 січ. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ukrayinci-chytayte/shchob-neokrylenomu-slovu-dobuty-sylu-charivnu> (дата звернення: 28.10.2021).

3. Мамченкова О. Труднощі перекладу: чому на полиці потрапляє неякісна перекладна література / Оксана Мамченкова. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2017/01/25/222263/> (дата звернення: 28.10.2021).

4. «Перекладацький цех – це сотні простих ремісників». Як працюють українські перекладачки. Досвід Ярослави Стріхи, Марини Дубини й Олени Любенко / Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.wonderzine.com.ua/wonderzine/career/vlasniy-dosvid/6759-perekladatskiy-tseh-tse-sotni-prostih-remisnikiv-yak-pratsyuyut-ukrayinski-perekladachki> (дата звернення: 29.10.2021).

5. Батуревич І. Книга як інструмент культурної дипломатії / Книга як інструмент культурної дипломатії / Ірина Батуревич. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://m.day.kyiv.ua/ru/article/ukraincy-chitayte/kniga-yak-instrument-kulturnoyi-diplomatiyi> (дата звернення: 29.10.2021).

6. Бліндюк М. Як вибирають українські книжки для перекладу за кордоном / Марія Бліндюк. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://suspilne.media/103720-ak-vibiraut-ukrainski-knizki-dla-perekladu-za-kordonom/> (дата звернення: 27.10.2021).

7. Щур О. Клаудія Дате: “Ми дуже мало говоримо про внесок перекладача як посередника між культурами” / Оксана Щур. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: [https://lb.ua/culture/2021/09/22/494432\\_klaudiya\\_date\\_mi\\_duzhe\\_malo\\_govorimo.html](https://lb.ua/culture/2021/09/22/494432_klaudiya_date_mi_duzhe_malo_govorimo.html) (дата звернення: 29.10.2021).

8. Книги українських авторів 21 мовою у 24 країнах світу: результати державної програми перекладів Пресцентр УКМЦ /Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://uacrisis.org/uk/ukr-knygy-pereklad> (дата звернення: 28.10.2021).

9. 90 українських книжок перекладуть іншими мовами в межах програми Translate Ukraine 2021 /Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: [https://lb.ua/culture/2021/06/08/486537\\_90\\_ukrainskih\\_knizhok\\_perekladut.html](https://lb.ua/culture/2021/06/08/486537_90_ukrainskih_knizhok_perekladut.html) (дата звернення: 28.10.2021).

10. Другий сезон «Літератури на експорт» завершився В2В-переговорами /Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу:

<https://book.artarsenal.in.ua/drugyj-sezon-literatury-na-eksport-zavershyvsya-b2b-peregovoramy/> (дата звернення: 29.10.2021).

11. УІК: Кількість перекладів української літератури збільшилась втричі /Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://uain.press/news/uik-kilkist-perekladiv-ukrayinskoji-literaturi-zbilshilas-vtrichi-oglyad-1411749> (дата звернення: 29.10.2021).

12. Романцова Б. Припинити бути меншиною / Романцова Б. // Тиждень. – 2021. – 7 лют. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Culture/251435> (дата звернення: 28.10.2021).

13. Расулова О. Перекладаючи українську культуру. Кому і за що вручатимуть першу премію Drahomán Prize / Оксана Расулова. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/2021/04/23/244658/> (дата звернення: 28.10.2021).

14. Куриляк Н. Переклад, що вийшов у міський простір. Яким був Translatorium 2021 / Надія Куриляк. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://chytomo.com/pereklad-shcho-vyjshov-u-miskyj-prostir-iakym-buv-translatorium-2021/> (дата звернення: 29.10.2021).

Матеріал підготував

*Бурнашов І.Ю.*, завідувач відділу наукового аналізу і узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,16. Б/т. Зам. 86. Безплатно

---

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12