

Марія Фронощук,  
аспірантка

УДК 655.82-97(02): 339.13.017

## Мовний аспект діяльності українських видавництв релігійної літератури

*Аналізується мовний аспект репертуару вітчизняних видавництв релігійної літератури, досліджуються принципи формування згаданого репертуару та особливості перекладу книжок релігійного характеру з метою визначення того, наскільки обґрунтованими є тенденції на цьому ринку.*

*Ключові слова:* видавництва релігійної літератури, мовний аспект, переклади, опитування.

**А**ктуальність роботи зумовлена наявністю значної кількості перекладних та російськомовних текстів на українському ринку релігійної літератури, що, своєю чергою, підтверджує необхідність вивчення причин та наслідків такої тенденції.

У роботі аналізується репертуар вітчизняних видавництв релігійної літератури, зокрема перекладених українською та російською мовами книг, що видаються ними, досліджуються принципи формування репертуару та особливості перекладу книжок релігійного характеру з метою визначення того, наскільки суспільно обґрунтованою є зазначена вище тенденція.

Методологічною основою дослідження стали праці дослідників А. Бойко та Н. Бабич [1; 2], а також інтерв'ю з директорами видавництв релігійної літератури.

Сьогодні релігійні видання займають особливе місце в структурі інформаційного простору країни. Однак мають вони нечисленну читачку аудиторію та видаються переважно в складних умовах функціонування видавництв, які спеціалізуються на випуску таких книжок. Комунікаційне поле цих організацій є доволі закритим, тож популяризація їхньої продукції часто має фрагментарний та ситуативний характер. Крім того, більшості видавництв погано вдається поєднувати просвітницьку мету з комерційними засадами діяльності. Важливою характеристикою цієї ситуації є також мовний аспект.

Наш досвід у дослідженні українських видавництв релігійної літератури дав змогу розробити класифікацію таких видань, що є важливою для вивчення мовного аспекту діяльності цих організацій.

Отже, видання релігійної тематики можна класифікувати:

✓ за мовною ознакою (видані мовою оригіналу, переклади, запозичені та адаптовані);

✓ за аудиторією (для широкої аудиторії: універсальні, спеціалізовані; для специфічної аудиторії: для дітей, для підлітків та молоді, для дорослих);

✓ за аналітико-синтетичним переробленням інформації (первинні, вторинні);

✓ за цільовим призначенням (довідкові, художні, богослужбові, енцикліки, історично-пізнавальні, катехитичні, наукові (з різним рівнем розробки теми), рекомендаційно-виховні, Біблія).

Для адекватного дослідження діяльності видавництв релігійної літератури в Україні важливо розуміти реалії, в яких вони працюють. Тому вважаємо за потрібне охарактеризувати основні тенденції цього ринку.

Найактуальнішою тенденцією є брак українських та українськомовних авторів. Проаналізувавши видавничі портфелі певних видавничих організацій, ми визначили, що приблизно 70 % усіх опублікованих ними текстів є перекладами з англійської, італійської, польської російської та інших мов. Це можна вважати негативною тенденцією, навіть абстрагуючись від глобальних проблем усієї вітчизняної галузі.

Зважаючи на те, що будь-яка підприємницька діяльність спрямована на отримання прибутку, звернемо увагу і на тенденції формування ціни релігійної книжки. Така література – від молитовників, Святого Письма та видань про історію церкви до рекомендаційних, наукових та дитячих книжок – виконує передусім просвітницьку функцію. А орієнтація на неї не передбачає значні витрати з боку читачів. Тобто релігійна книжка, за винятком хіба що подарункових видань (коштовної книги), не має бути дорогою. Провівши коротку розвідку книгарнями, можна побачити, що більшість видань релігійного характеру оздоблюються дуже просто. Певні видавництва також підтримують благодійні місії, дарують свої книжки дитячим будинкам, притулкам, в'язницям – за це вони, зрозуміло, теж не отримують жодних коштів. Крім того, політика диференціації цін на продукцію видавництв релігійної літератури також є специфічною.

Деякі релігійні видавництва функціонують на дотації від церковних структур. Але в більшості випадків вони є звичайними учасниками ринкових відносин, тобто незалежними підприємствами, метою яких є отримання прибутку. І механізм випуску ними книжки у світ майже нічим не відрізняється від того, який застосовують світські видавництва, та потребує таких самих зусиль і матеріальної винагороди на пошук авторів, підготовку видання до друку та його збут.

Проте тенденції у розповсюдженні продукції видавництв релігійної літератури відрізняються від тих, які сьогодні панують на всьому



українському книжковому ринку. Приміром, ми визначили, що приблизно 50 % (для різних видавництв від 40 до 60 %) таких книжок розповсюджуються через спеціалізовані книгарні церковних структур, інші 40 % (для різних видавництв від 30 до 50 %) – через мережу Інтернет, і лише близько 10 % – через універсальні гуртові й книжкові магазини. Варто також зазначити, що система віртуального поширення продукції включає в себе сайти самих видавництв, спеціалізовані («Архе», «Християнська книга поштою», «Книжная полка» тощо) та універсальні книжкові інтернет-магазини (Yakaboo, Mybook, Booklya, Knyhu тощо).

Окремим є питання цензури літератури, що випускається релігійними видавництвами. Очевидно, що релігійна книжка, незалежно від стилю, тематики, покликана пропагувати конкретні моральні принципи, етичні норми. Але як пересічна людина, що не знається на питаннях релігії, її догматів, може зрозуміти, наскільки текст конкретного видання відповідає цим принципам? Особливо, коли це стосується відмінностей у релігійних ученнях. Зазначимо, що у вихідних відомостях видань зазвичай відсутня інформація, наприклад, про зв'язок викладених у них думок з прерогативами якоїсь із гілок християнства. До того ж видавництво, яке засноване на засадах, наприклад, греко-католицької церкви, може вільно публікувати твори протестантських авторів. Отже, читач часто залишається дезорієнтованим.

Церква і як соціальний інститут, і як спільнота віруючих намагається певним чином регулювати цю проблему. Наприклад, в католицьких документах «Кодекс Канонічного Права» (для католиків римського обряду) та «Кодекс Канонів Східних Церков» (для католиків східних обрядів) міститься цілий розділ про засоби суспільної комунікації, зокрема книги. Далі вибірково цитуємо деякі з їх положень. Кан. 658, § 2: «Затвердження потребують будь-які книги, що трактують про віру або мораль, якщо вони вживаються як текст, на якому ґрунтується катехитичне навчання». Кан. 659: «Рекомендується, щоб будь-які твори, що висвітлюють католицькому віру або мораль, мали принаймні церковний розділ, з дотриманням більш вимогливих приписів інститутів посвяченого життя».

Згідно з рішенням Священного Синоду Української православної церкви від 26 лютого 2010 р. про необхідність обов'язкового проведення богословської та літературної експертизи всіх видань, призначених для розповсюдження через систему церковної (епархіальної, парафіяльної, монастирської) книготоргівлі, видавничий відділ УПЦ МП щороку також рекомендує до друку певні видання релігійної тематики. Схожа система діє і у видавничому відділі УПЦ КП.



Слід зазначити, що продукція видавництв, які перед випуском більшості книжок практикують офіційне рецензування, зазвичай не викликає підозр у читачів, адже фактично вона має дозвіл церкви. Проте з іншими видавничими структурами ситуація часто протилежна, адже зміст виданих ними книжок контролюється лише редакцією. Та визначити, чи достатньо такого контролю, наскільки правильно тексти передають релігійні принципи, можна лише, детально дослідивши їх за допомогою методу контент-аналізу.

Повертаючись до мовного питання, вважаємо за потрібне зауважити, що більшість перекладної літератури (70 % позицій накладів) становлять рекомендаційно-виховні, катехитичні та наукові видання з різним рівнем розробки теми та енцикліки.

Видавництва «Свічадо», «Езра», «Коллоквиум», «Светлая Звезда», «Видавництво Українського католицького університету», «Місіонер» та інші доволі часто здійснюють випуск перекладених книжок. Зазвичай для цього обираються тексти італійських, французьких, польських та американських авторів. На підтвердження цієї тези наведемо кілька прикладів таких видань: Анрі Кафарель «На роздоріжжях любови», видавництво «Свічадо»; Вайгель Джордж «Свідок надії. Життєпис папи Івана-Павла II», «Видавництво Українського католицького університету»; Йохем Даума «Дорогами Ветхого Завета», видавництво «Коллоквиум»; Барбара Беркган «Шість способів звільнення від злості та критики», видавництво «Свічадо».

Самі видавці пояснюють цю тенденцію «значним браком українських авторів» [3]. Однак, якщо проаналізувати проблему детальніше, стає зрозумілим алгоритм їхньої стратегії. Книги для перекладу, як правило, обираються не випадково. Головними критеріями є, по-перше, якість, смислова місткість самого тексту, а по-друге, його популярність серед аудиторії. І якщо книжка видається та здобуває популярність в іншій країні, існує значна вірогідність того, що і в Україні її чекає такий самий фінансовий та споживачський успіх. Тому фактично неактуальними стають вивчення ринку, аналіз репертуару конкурентів, визначення асортиментної ніші, що значно полегшує роботу видавництв. І навіть незважаючи на витрати перекладу, випуск таких книжок дає набагато більше гарантій прибутковості.

Цікаво також те, що доволі часто книжки закордонних авторів перекладають на українську не з мови оригіналу, а з уже готового перекладу російською мовою. Таким чином, видання потрапляє до нас фактично «через треті руки». Негативні наслідки такої ситуації очевидні.



Крім того, чи можемо ми стверджувати про коректну адаптацію перекладних текстів для українського читача? У цьому аспекті варто звернути увагу на параметри такої адаптації. Здійснюватися вона повинна на трьох рівнях: мовному, смисловому та ментальному. Перший рівень, відповідно, зумовлює коректний переклад лексичних одиниць з однієї мови на іншу. Другий – забезпечує адекватну трансформацію змісту авторського тексту без його перекичування. Натомість третій – визначає ступінь можливості застосування ідей, які містить текст, у суспільстві конкретної країни, зважаючи на соціальні, релігійні, культурні, а іноді й політичні її особливості.

У контексті розгляду третього рівня варто зауважити, що характеристики текстів закордонних письменників, як правило, зумовлені іншими соціальними парадигмами. І хоча загальнохристиянські норми та принципи залишаються незмінними, часто зміст таких видань абсолютно не пристосований до українських реалій. Тому постає питання, чи варто в такому разі запозичувати чужі моделі поведінки, дослухатися до порад автора, який фактично живе в іншому світі?

Крім того, прагнучи зробити продукт дешевшим для читача, видавництва часто змушені економити на перекладах [3], що лише негативно впливає на їх якість. Наприклад, директор видавництва «Свічадо» Богдан Трояновський акцентує на тому, що необхідність компетентного перекладу на практиці часто визначається характеристиками самої книжки. Тобто якщо вона написана простою «світською» мовою, немає необхідності залучати до перекладу спеціального експерта з богословською, релігієзнавчою освітою. Натомість для текстів, що містять специфічну термінологію, це є обов'язковим. Таким самим чином варіюється і ціна на видання: чим більше людей долучаються до його створення, тим дорожче воно коштуватиме.

Окремо слід розглянути проблему перекладу катехитичних текстів та енциклік. На думку дослідниці Н. Бабич, ядро стилю, в якому написана ця література, становлять марковані мовні засоби, що регулярно і доволі часто відтворюються в тексті [1, с. 64]. Це одиниці різної складності – від елементарних до ускладнених: 1) мікростилеми, наприклад, *преблагий, рівнославимий, рівнопоклоняемий, воздаючих, трисвітлий, лжепророки*; 2) лексичні, фразеологічні, синтаксичні стилеми (приміром, *агнець, ад, воскурить, хрестити, днесь, Учитель, Отець; підперезати стан свого ума* – бути завжди напоготові; *жива вода* – джерельна вода; *запитати про мир* – привітати); 3) гіперстилеми – це власне жанри (*молитва, Євангелія, проповідь, псалом*) [1, с. 65]. Такі мовні одиниці потребують компетентного перекладу,

адже це впливає не тільки на сприйняття тексту читачем, а й на правильність трансляції засадничих понять віри.

Маркетингові цілі більшості видавництв релігійної літератури, як власне і всіх інших, передбачають отримання прибутку, залучення і збереження клієнтів, а також виживання в умовах ринку. Зважаючи на те, що в Україні значна частка читачів є російськомовною, часто видавництва йдуть назустріч їхнім інформаційним запитам, перекладаючи книжки російською мовою. Проте деякі видавництва, зокрема «Свічадо» та «Видавництво Українського католицького університету», видають книжки лише українською, незалежно від походження оригінального тексту.

Ведучи мову про **маркетингові стратегії** українських видавництв релігійної літератури, зауважимо, що зі слів їхніх редакторів [3; 4; 5; 6; 7; 8], ці організації не проводять ґрунтовних досліджень ринку продукції та аудиторії. Пояснюється це браком коштів. Тому в своїй асортиментній політиці, наприклад, стосовно мовного аспекту продукції, вони переважно дотримуються найбільш вигідних в актуальних умовах ринку позицій.

Ще однією важливою тенденцією є надлишок російськомовної літератури на ринку видань релігійної тематики. Аналізуючи причини такої ситуації, вкрай необхідно розуміти, наскільки пропозиція таких книг збігається із попитом на них. Результати ж нашого дослідження (було проведене у квітні–червні 2012 р.) засвідчили, що орієнтація переважно на російськомовну літературу не відповідає інформаційним запитам аудиторії. Саме дослідження, вибірка респондентів котрого становила 234 особи, ми проводили за допомогою Релігійно-інформаційної служби України (RISU), одного з найавторитетніших джерел відомостей про релігійне життя нашої країни.

За допомогою інтернет-сервіса Google Docs ми створили спеціальну анкету, що згодом була розіслана за всіма електронними адресами бази читачів цього порталу. Їм було запропоновано відповісти на низку запитань, заповнивши спеціальну таблицю. Одне із запитань стосувалося мови видань релігійної літератури.

Результати опитування підтвердили, що переважна більшість читачів надають перевагу українськомовним книжкам видавництв релігійної літератури. Зокрема, цей варіант відповіді обрав 91 % респондентів. Ще 7 % обирають російськомовні видавництва. І лише 2 % зауважили, що купують продукцію незалежно від мови видання.

Вважаємо за доцільне звернути також увагу на те, що російська релігійна видавнича справа розвивається дуже швидко. Важливою умовою таких темпів поступу є наявність значної бази якісно перекладених ро-



сійською мовою текстів. Наприклад, книжки Біблейсько-богословського інституту святого апостола Андрія, які виходять під аббревіатурою однойменного видавництва «ББИ», користуються значним попитом на території України і, відповідно, завозяться до нас у значній кількості. Отже, часто читачі просто змушені купувати продукцію закордонних видавництв, не маючи гідної альтернативи. Однак ми можемо констатувати бажання українців підтримувати вітчизняні видавництва, і останнім слід задовольняти цю потребу (*див.* Діагр. 1).



**Висновки.** Таким чином, можемо зазначити, що дві тенденції розвитку ринку релігійної літератури, а саме випуск надлишкової кількості перекладних видань, а також засилля російськомовних текстів, мають дуалістичний характер. З одного боку, видавати переклади фінансово вигідно, особливо зважаючи на відсутність компетентних досліджень ринку та брак авторів з України. Проте з другого – адаптація таких текстів не завжди здійснюється на вже згаданих вище трьох рівнях, а орієнтація видавництв на перекладну літературу негативно впливає на актуальну тенденцію з «виховання» українських авторів. Якщо ж розглядати проблему надлишку російськомовних текстів у репертуарі вітчизняних видавництв релігійної літератури, то можна зробити висновок про недостатню її обґрунтованість. Згідно з даними нашого опитування українська аудиторія готова читати літературу рідною мовою. І якщо сьогодні вже спостерігаються перші зміни в усталеній мовній парадигмі преси, зокрема почала з'являтися достатня кількість українськомовних періодичних видань, то видавництва релігійної літератури, зважаючи на своє прагнення до культивування цінностей у суспільстві, тим паче повинні ці зміни підтримати.

1. *Бабич Н. Д.* Богословський стиль української мови у контексті стилістичної науки : зб. наук.-дидакт. пр. / Н. Д. Бабич. – Чернівці : Букрек, 2009. – 216 с.

2. *Бойко А. А.* Релігія в мас-медіа України : тексти лекцій / А. А. Бойко. – К., 2009. – 158 с.



3. *Головний редактор видавництва «Місіонер»:* «Відчуваємо суттєвий брак українських авторів» [Електронний ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/comments/38004/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/comments/38004/).

4. *Гербіш Н.* Якщо знайдеться людина, яка в українських реаліях зможе розбагатіти, видаючи книжки, то я запишуся до неї на майстер-клас [Дмитро Кириченко: Інтерв'ю] / Надія Гербіш // RISU [Електронний ресурс]. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/interview/45913/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/interview/45913/).

5. *Кулигіна О.* Ми маємо видавати книжки для того, щоб спонукати людей мислити : Інтерв'ю / Олена Кулигіна, Анатолій Бабинський // RISU [Електронний ресурс]. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/comments/38004/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/comments/38004/).

6. *Ми* видаємо книжки для того, щоб спонукати людей мислити – інтерв'ю з Богданом Трояновським [Електронний ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/interview/37856/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/interview/37856/).

7. *Неможливо* друкувати літературу для всіх. Вибравши «свою» лінію, легше вижити – інтерв'ю з Андрієм Кравченко [Електронний ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/interview/38165/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/interview/38165/).

8. *Пастернак О.* Богдан Трояновський: «Релігійним видавництвам живеться, мабуть, легше, ніж світським» : Інтерв'ю / Олеся Пастернак // RISU [Електронний ресурс]. – URL: [http://risu.org.ua/ua/index/monitoring/kaleido\\_digest/44765/](http://risu.org.ua/ua/index/monitoring/kaleido_digest/44765/).

Подано до редакції 25. 10. 2013 р.

**Fronoschuk Mariya.**

**The language aspect of activities of the Ukrainian publishing of religious literature.**

It is analyzed the linguistic aspects of repertoire of domestic publishing of religious literature; it is examined the principles of forming of the mentioned repertoire and the special features of translation of religious books in order to determine how reasonable the trend in this market is.

**Keywords:** publishing of religious literature, linguistic aspect, translations, survey.

**Фроношук Марія.**

**Языковой аспект деятельности украинских издательств религиозной литературы.**

Анализируется языковой аспект репертуара издательства религиозной литературы, исследуются принципы формирования данного репертуара и особенности перевода книг религиозного характера для определения того, насколько обоснованными являются тенденции на этом рынке.

**Ключевые слова:** издательства религиозной литературы, языковой аспект, переводы, опросы.

