

«Ο ρόλος του εκδότη και η μεταφρασμένη παιδική λογοτεχνία»

Δομνίκη Σάνδη
Διδάκτωρ παιδικής λογοτεχνίας Πανεπιστημίου Surrey
Υπεύθυνη παιδικού-εφηβικού βιβλίου, Εκδόσεις Ψυχογιός

Ο ρόλος του μεταφραστή του παιδικού βιβλίου, η μεταφραστική τέχνη και τα επακόλουθα κείμενα μεταφρασμένης παιδικής λογοτεχνίας έχουν μελετηθεί ενδελεχώς από διάφορες σκοπίες και θεωρητικές προσεγγίσεις ανά τα χρόνια (Tabbert, 2002; Lathey, 2016; Shavit, 1981). Ο εκδότης και ο αποφασιστικός ρόλος που έχει στη δημιουργία, παραγωγή και διάδοση της μεταφρασμένης παιδικής λογοτεχνίας, ωστόσο, δεν έχουν τύχει της ίδιας προσοχής. Παρά την αναπτυσσόμενη βιβλιογραφία που εστιάζεται στο ρόλο του εκδότη, στη δημιουργία και στην ανάπτυξη της παιδικής λογοτεχνίας (Γαβριηλίδου, 2018), υπάρχει μια αισθητή έλλειψη μελετών που να περιγράφουν την ενεργή και δημιουργική συμμετοχή αυτού του, επίσης, ουσιαστικού παράγοντα στο τοπίο της μεταφρασμένης παιδικής λογοτεχνίας. Όπως «το παιδικό βιβλίο είναι στα χέρια των εκδοτών» (Καρακίτσιος, 2010, σε Γαβριηλίδου, 2018:11) έτσι εκεί, σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό, βρίσκεται το μεταφρασμένο παιδικό βιβλίο.

Στόχος της παρούσας εργασίας δεν είναι η μείωση του ξεχωριστού ρόλου του μεταφραστή, της τέχνης και του έργου του, αλλά, πιο συγκεκριμένα, η αναγνώριση της εξίσου σημαντικής εκδοτικής συνεισφοράς στο μεταφρασμένο παιδικό βιβλίο. Η συνεισφορά αυτή έχει πολλές πτυχές και καταγράφεται εν συντομία μέσω μιας εμπειρικής προοπτικής. Ξεκινάει με την επιλογή του έργου προς μετάφραση και των συντελεστών που θα το προσαρμόσουν και θα το φέρουν στη νέα του μορφή, συμπληρώνεται από την ανάμειξη του εκδότη και της ομάδας του στην υλοποίηση του μεταφρασμένου έργου και στα επιμέρους σημεία του (κύριο κείμενο, παρακείμενα, κ.λπ.), και κλείνει με τη διάθεση του στην αγορά και τη διάδοσή του.

Η επιλογή της έκδοσης ή μη ενός βιβλίου ανήκει πρωτίστως στον εκδότη – εκτός από την περίπτωση της αυτοέκδοσης – και συνεπώς, ακόμα περισσότερο στην περίπτωση της μετάφρασης, η επιλογή ενός ξένου βιβλίου σε μετάφραση είναι ένα σχεδόν αποκλειστικό εκδοτικό προνόμιο. Τα κριτήρια με τα οποία γίνεται αυτή η επιλογή είμαι πολυπληθή. Σε αυτά περιλαμβάνονται: η θεματολογία, οι λογοτεχνικές αρετές και η πρωτότυπη πλοκή του βιβλίου, τα εκδοτικά ενδιαφέροντα και τα «κενά» που μπορεί να προκύπτουν στον κατάλογο του κάθε εκδότη, η διεθνής αναγνώριση του συγκεκριμένου πονήματος και η εμπορική επιτυχία, οικονομικές παράμετροι, ακόμα και προσωπικές προτιμήσεις και το «γούστο». Ίσως ο εκδότης θέλει να στηρίξει μια ιδεολογία, να προωθήσει με τη σειρά του κάποιο κοινωνικό μήνυμα και να προσθέσει το δικό του λιθαράκι σ' ένα αφήγημα που αναπτύσσεται, π.χ. #metoo, προστασία περιβάλλοντος, κ.λπ. Θα πρέπει, βέβαια, να προστεθεί εδώ ότι η επιλογή ή όχι ενός βιβλίου προς μετάφραση μπορεί επίσης να οφείλεται και σε άλλα κριτήρια, όπως η επιδότηση της μετάφρασης ενός βιβλίου από μια συγκεκριμένη γλώσσα, η αποφυγή μετάφρασης από μια πιο «σπάνια» γλώσσα λόγω της δυσκολίας εύρεσης αναγνώστη, μεταφραστή και του υψηλού κόστους της τελικής μετάφρασης ή ακόμα και κάποια προσωπική προτίμηση του εκδότη για έναν συγκεκριμένο συγγραφέα, τη λογοτεχνία μιας κουλτούρας/χώρας, μιας θεματολογίας, ενός λογοτεχνικού είδους, κ.λπ.

Ένας εκδότης για να προχωρήσει στην έκδοση ενός βιβλίου, πέρα από το εμπορικό όφελος που στοχεύει να πετύχει - διότι δεν πρέπει να ξεχνάμε πως οι εκδοτικοί οίκοι είναι επιχειρήσεις με στόχο το κέρδος - πρέπει να πιστεύει στην επιτυχία του βιβλίου και να θεωρεί ότι υπάρχει νόημα για την έκδοσή του. Επιπλέον, πρέπει να ξέρει ότι το βιβλίο θα ξεχωρίσει στην αγορά και θα ενδιαφέρει το κοινό, στο οποίο θα απευθυνθεί. Έτσι, με την επιλογή του βιβλίου, για τους οποιουδήποτε λόγους, γεννιούνται μια σειρά από προσδοκίες, αλλά και ιδέες για τη στόχευση και την υλοποίηση του.

Μετά την απόκτηση του βιβλίου, που προορίζεται για μετάφραση, το βιβλίο ανατίθεται στον, κατά τη γνώμη του εκδότη, πιο κατάλληλο μεταφραστή· ένα μεταφραστή που μπορεί να φέρει δεξιοτεχνικά εις πέρας την προσαρμογή και απόδοση του κειμένου στη γλώσσα στόχο και να υπερπηδήσει τα όποια εμπόδια και τεχνικές δυσκολίες μπορούν να προκύψουν, διατηρώντας πάντα το

ύφος του πρωτοτύπου και ισορροπώντας τη «διαφορετικότητα», αλλά και μοναδικότητα του κειμένου με την ανάλογη προσαρμογή προς την «εντοπιότητα». Ίσως, ο εκδότης επιλέξει να παντρέψει το κείμενο ενός άγνωστου ανερχόμενου ξένου δημιουργού, που θέλει ν' αναδείξει, με έναν καταξιωμένο στην αγορά μεταφραστή, δανείζοντας από την αίγλη το «όνομα και την αναγνωριστικότητα» του μεταφραστή μαζί με την αναμενόμενη ποιότητα του έργου του. Ο συνδυασμός κειμένου-μεταφραστή έχει συνεπώς τη δύναμη να κάνει ένα κείμενο να αναδειχθεί και να ξεπεράσει αναγνωστικές και κριτικές προσδοκίες ή να το υποβαθμίσει σε τέτοιο βαθμό που απορρίπτεται από το νέο του κοινό. Εδώ έχει ενδιαφέρον να γίνει αναφορά στην προκλητική συζήτηση που αναπτύχθηκε στις αρχές του 2021 σχετικά με τα κριτήρια ανάθεσης του ποιητικού έργου της Αμάντα Γκόρμαν σε μεταφραστές συγκεκριμένου φυλετικού προφίλ για τη σωστότερη απόδοση του έργου. Ήταν όλο αυτό ένα διαφημιστικό τρικ με σκοπό την επίτευξη μεγαλύτερων πωλήσεων ενός έργου που ανήκει σε μια εμπορικά «δύσκολη» κατηγορία και με έντονο αμερικάνικο στοιχείο ή ένας ευφυής τρόπος να δοθεί βήμα μέσω της δημοσιότητας της ποιήτριας σε άλλοτε παραγκωνισμένους δημιουργούς που ανήκουν σε φυλετική ή σεξουαλική μειονότητα; Όπως και να έχει, η επιλογή του μεταφραστή είναι στις επί των πλείστων των περιπτώσεων αποτέλεσμα εκδοτικής απόφασης.

Εκτός από την επιλογή του μεταφραστή, ο εκδότης μπορεί να συμμετέχει από μικρό μέχρι και μεγάλο βαθμό στο μεταφραστικό έργο. Κατά την επιλογή του πρωτότυπου έργου προς μετάφραση έχουν γεννηθεί στόχοι, ιδέες αλλά και προσμονές σχετικά με την απόδοση και διάδοση του στο νέο κοινό. Έτσι, ο εκδότης, κατά την ανάθεση του έργου συνηθίζει να δίνει συμβουλές ή και οδηγίες στον μεταφραστή σχετικά με το ύφος που επιθυμεί να ακολουθήσει το έργο, το κοινό στο οποίο θα απευθυνθεί, ακόμα και αν επιθυμεί κάποια επέμβαση επί του περιεχομένου. Μπορεί, για παράδειγμα, να του ζητήσει να μετριάσει κάποιες θεματικές αναφορές ή γλωσσικές επιλογές, να απλοποιήσει το ύφος του, να προσαρμόσει ή να μεταγράψει ονόματα (π.χ. να τα «ελληνοποιήσει»). Μπορεί ακόμα και να δώσει ιδέες για τις ονομασίες των χαρακτήρων, όπως και τον τίτλο που επιθυμεί να έχει η νέα γλωσσική εκδοχή, όπως και αν θα είναι κυριολεκτική μετάφραση ή κάποιος νέος και τελείως διαφορετικός από τον πρωτότυπο τίτλος. Ο εκδότης, με αυτόν τον τρόπο έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει σε μέρος ή σε όλη την τελική μετάφραση, αλλά και να εντείνει τον ρόλο του μεταφραστή ως μεσολαβητή μεταξύ του πρωτοτύπου και του τελικού κειμένου. Όπως γράφει η Gillian Lathey (2010:196) “Translators of children’s literature are mediators not just of unfamiliar social and cultural contexts, but also of the values and expectations of childhood encoded in the source text”.

Στη συνέχεια, και για να φτάσει στην τελική του μορφή, η μετάφραση περνάει από μια πολύ συγκεκριμένη διαδικασία. Το κείμενο προωθείται, στη συνέχεια, σε επιμελητή ο οποίος διορθώνει και συνεχίζει να δουλεύει το κείμενο σε αντιπαραβολή με το πρωτότυπο. Σε αυτό το στάδιο μπορεί να ακολουθήσει και ανάγνωση ευαισθησίας (sensitivity reading), για να διαπιστωθεί, αν το περιεχόμενο είναι κατάλληλο για την τοπική κοινωνία και για την ηλικία, στην οποία απευθύνεται. Εδώ, επίσης, μπορεί να παρατηρηθεί η προσθήκη «Σημείωση του επιμελητή» που προσθέτει πληροφορίες και περιεχόμενο.

Το κείμενο, στη συνέχεια, στήνεται από σελιδοποιό, σχεδιάζεται ή αγοράζεται εξώφυλλο για το βιβλίο, κ.λπ. Σε όλα τα στάδια της παραγωγής προστίθενται λιθαράκια που συνδράμουν στη διαμόρφωση του τελικού έργου είτε είναι κάποια αλλαγή στο ίδιο το κείμενο είτε είναι κάποια σχεδιαστική λεπτομέρεια που προσθέτει κάτι στο νόημα του συνολικού βιβλίου. Οι όποιες αλλαγές και προσθήκες επέλθουν στο έργο σε συνέχεια αυτής διαδικασίας, καθίστανται μεταμορφωτικές και ουσιαστικές στην τελική διαμόρφωση του βιβλίου.

Έχοντας ισχυρή άποψη για το αναγνωστικό κοινό/καταναλωτή ενός βιβλίου που πρόκειται να εκδοθεί, ο εκδότης παίρνει την ευθύνη για το «πακετάρισμα» του βιβλίου πέραν της απόδοσης και προετοιμασίας του περιεχομένου. Συνεπώς, ο εκδότης αποφασίζει, μαζί με την ομάδα του, για το εξώφυλλο που πρόκειται να «φορέσει» το βιβλίο (Panaou&Tsilimeni, 2020; Γαβριηλίδου, 2018: 118-125). Θα αγοραστεί το εξώφυλλο από το εξωτερικό; Και, αν ναι, από ποια χώρα; Θα είναι το εξώφυλλο που ντύνει την έντυπη έκδοση του πρωτότυπου κειμένου ή κάποια εκδοχή που δημιουργήθηκε για κάποια μετάφραση; Είναι κοινώς γνωστό στον εκδοτικό χώρο ότι οι Γερμανοί εκδότες, για παράδειγμα, σπανίως αγοράζουν πρωτότυπα εξώφυλλα, αλλά δημιουργούν νέες δικές τους εκδοχές που ταιριάζουν στις εικαστικές και αισθητικές προτιμήσεις της αγοράς τους. Στην Ελλάδα, τις περισσότερες φορές, δεν σχεδιάζονται νέα εξώφυλλα, αλλά αγοράζονται τα πρωτότυπα, ώστε να υπάρχει μια συνέπεια με την «γραμμή» και τη διαφημιστική εικόνα που έρχεται από το εξωτερικό. Αν δεν επιλεγθούν τα πρωτότυπα εξώφυλλα, τότε μπορεί να επιλεγθεί ένα εξώφυλλο από άλλη χώρα πιο κοντινή –

πολιτιστικά – με την Ελλάδα ή που έχει έναν σχεδιασμό ή ένα εικαστικό σύνολο πιο «εμπορικό» ή αισθητικά «εντυπωσιακό» από το πρωτότυπο (Panaou&Tsilimeni, 2020). Επιπλέον, εφόσον το βιβλίο μεταφερθεί στον κινηματογράφο ή στην τηλεοπτική οθόνη, τότε συνηθίζεται, επίσης για λόγους προώθησης, να δοθεί κινηματογραφικό εξώφυλλο στο βιβλίο, ώστε να υπάρξει άμεση σύνδεση στον καταναλωτή μεταξύ του βιβλίου και της νέας του μορφής. Τέλος, στον σχεδιασμό του τελικού εξώφυλλου, μεγάλο ρόλο παίζει ο τίτλος που θα επιλεγεί, ο τρόπος στησίματος, το μέγεθος του ονόματος του συγγραφέα, και οι όποιες «περγαμηνές» (βραβεία, εμπορικά στοιχεία πωλήσεων, θέση στις ευπώλητες λίστες ή και κριτικές) που τεκμηριώνουν την ποιότητα του βιβλίου, ώστε να τραβήξουν τον υποψήφιο αναγνώστη/αγοραστή. Όλα αυτά εμπίπτουν στην ευθύνη του εκδότη.

Επίσης, σημαντικό σημείο που πρέπει να αναφερθεί εδώ, είναι το γεγονός ότι έχει παρατηρηθεί ότι πέρα από τις αρετές που μπορεί να έχει ένα πρωτότυπο κείμενο και η ποιότητα της μετάφρασης του, το «σήμα» (brand) ενός εκδότη μπορεί να έχει τη δύναμη να αποδώσει εμπορική επιτυχία και αποδοχή (κριτική ή εμπορική) σ' ένα βιβλίο (Sapiro, 2015).

Ενώ τα παλαιότερα χρόνια οι μεταφραστές θεωρούνταν «αόρατοι» (Venuti, 1995) και ανώνυμοι, οι εκδότες συνεχίζουν κατά κάποιον τρόπο να διατηρούν αυτόν τον χαρακτηρισμό, τουλάχιστον στην γενική συνείδηση. Τον εκδότη τον θεωρούν αυτόν που βγάζει ένα βιβλίο σε κυκλοφορία, το προωθεί και το στηρίζει, δεν τον θεωρούν, ωστόσο, συν-δημιουργό του βιβλίου. Ωστόσο, η άμεση εμπλοκή του στο βιβλίο, από την απόκτησή του, τη δημιουργία του μέχρι και το «πακετάρισμα» και την προώθησή του, αποδεικνύει ότι ο ρόλος του εκδότη είναι δημιουργικός και ουσιαστικός. Αυτός είναι άλλωστε κι ο λόγος που τα τελευταία χρόνια, παρατηρούμε ότι σε κάποια διεθνή, αλλά και εγχώρια βραβεία μετάφρασης (International Booker Prize, Βραβείο μετάφρασης του Κύκλου του Ελληνικού Παιδικού Βιβλίου), το βραβείο το μοιράζονται πλέον ο μεταφραστής, ο συγγραφέας, αλλά και ο εκδότης. Η σχέση των τριών αυτών παραγόντων είναι λοιπόν αλληλένδετη και αλληλοσυμπληρούμενη.

Βιβλιογραφία

- Γαβριηλίδου, Σ. (2010). Μεταφρασμένη παιδική λογοτεχνία. Στο Δ. Γερμανός & Μ. Κανατσούλη (Επιμ.), *Σύγχρονες παιδαγωγικές προσεγγίσεις στην προσχολική και πρώτη σχολική εκπαίδευση* (σσ. 189-212). Θεσσαλονίκη: ΤΕΠΑΕ. Ανακτήθηκε 08/07/2021, από http://users.auth.gr/sgavr/Gavriilidis_Metafrasmeh_Paidikh_Logotexnia.pdf
- Γαβριηλίδου, Σ. (2018). *Εκδότες, βιβλία, παιδιά*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Lathey, G. (2006). *The Translation of Children's Literature: A Reader*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Lathey, G. (2010). *The Role of Translators in Children's Literature*. London: Routledge.
- Lathey, G. (2016). *Translating Children's Literature*. London: Routledge.
- Panaou, P. & Tsilimeni, T. (2020). "Translated Book Covers as Peritextual Thresholds: Comparing Covers of Greek Translations to Covers of Source Texts." In: A. Kérchy, B. Sundmark (eds) *Translating and Transmediating Children's Literature. Critical Approaches to Children's Literature*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Sapiro, G. (2008). "Translation and the field of publishing". *Translation Studies*, 1 (pp. 154-166). 10.1080/14781700802113473.
- Sapiro, G. (2015). "Strategies of Importation of Foreign Literature in France in the Twentieth Century: The Case of Gallimard, or the Making of an International Publisher." In S. Helgesson and P. Vermeulen P. (eds) *Institutions of World Literature: Writing, Translation, Markets* (pp.143-159). London: Routledge.
- Shavit, Z. (1981). "Translation of Children's Literature as a Function of Its Position in the Literary Polysystem". *Poetics Today*, vol. 2, no. 4, (pp. 171–179). *JSTOR*, www.jstor.org/stable/1772495. Accessed 7 July 2021.
- Tabbert, R. (2002). "Approaches to the translation of children's literature: A review of critical studies since 1960". *Target. International Journal of Translation Studies*, Volume 14, Issue 2 (pp. 303 – 351).
- Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility*. London: Routledge.