

Погледи към
книгоиздаването

Погледи към книгоиздаването

Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

София, 2018

Тази книга е резултат от занятията по дисциплината „Учебно издателство – майсторски клас“ – I и II част, през академичната 2017/2018 г. Създадена е от студентите по книгоиздаване от втори курс във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“ с преподавател Георги Александров.

Посвещаваме нашата книга на 20-годишнината от началото на академичното образование по книгоиздаване

© Александрина Йорданова, Ани Кирова, Анна-Мария Георгиева, Велимира Чобанова, Венелина Харизанова, Веселина Евдокимова, Жаклин Филева, Златка Александрова, Илина Славова, Катерина Деянова, Кая Димитрова, Кремена Христова, Мариана Рангелова, Марияна Джелатска, Мина Костова, Моника Антонова, Натали Добрева, Нелка Пъпанова, Николая Станкова, Паолина Лефтерова, Петя Банкова, Полина Цветанова, Радина Драгиева, Радина Петрова, Ралица Божилова, Стефания Терзиева, Татяна-Атанасия Топлийска, Цветослава Тодорова, Явора Пеева, Ясен Кънчев

© Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

ISBN 978-954-8194-92-1

Съдържание

- 11 -
Ето ни

Непознатата специалност

- 15 -
Венелина Харизанова
Как се промени специалността „Книгоиздаване“ за двадесет години

- 29 -
Полина Цветанова
В началото бе... писмото

- 33 -
Николяя Станкова
Запознайте се!

- 37 -
Катерина Деянова
Модерно образование в старата столица

- 42 -
Нелка Пъпанова
На шест континента

От аудиторията към професията

- 51 -
Радина Драгиева
Наръчник на средностатистическия студент по книгоиздаване

- 60 -
Моника Антонова
Мотивацията да станеш издател

- 69 -
Анна-Мария Георгиева
Книгомечтатели

- 74 -
Паолина Лефтерова
Мисията (не)възможна?



- 79 -
Петя Банкова
А сега накъде?

- 85 -
Радина Петрова
Страст и кауза

- 90 -
Ани Кирова
Малкото издателство, сбъднало голямата си мечта

Малко история

- 101 -
Владимира Илиева
Основоположникът

- 108 -
Златка Александрова
Европейско книгоиздаване в следосвобожденска България

- 112 -
Татяна-Атанасия Топлийска
София Юрукова и нейната „Мозайка“

- 119 -
Александрина Йорданова
Един голям издател и книжар

- 124 -
Кая Димитрова
За времето на Главлит и високите тиражи

- 130 -
Марияна Джелатска
Свободни книги и успешни издатели

- 135 -
Илина Славова
Под смазващата цензура

- 141 -
Ясен Кънчев
От гара Кингс Крос до издателство „Блумсбъри“

- 147 -
Кремена Христова
Големите 5 – мразени и възхвалявани

Мисия, бизнес или занаят

- 159 -
Явора Пеева
Редакторът и неговата работа

- 173 -
Велимира Чобанова
Ключовите роли в издателството

- 178 -
Мариана Рангелова
По каменистия път на самопубликуването

- 185 -
Жаклин Филева
Гласът на ветераните

- 191 -
Мини Костова
Не просто бизнес, а изкуство

За мишката и книжката

- 199 -
Ралица Божилова
Слушате ли книги?

- 210 -
Натали Добрева
Малките читатели и електронните книги

- 218 -
Веселина Евдокимова
Има ли ги у нас?

- 223 -
Цветослава Тодорова
„За“ и „против“ електронните четци

- 228 -
Стефания Терзиева
Буктюб – новата възможност за маркетинг на книгите

Ето ни

За нас тази книга е много повече от учебен проект: тя е привилегия. Нейното издаване съвпада с 20-годишнината от откриването на специалността „Книгоиздаване“ в Софийския университет.

Обучението ни дава възможност да бъдем повече от издатели. Ето ни с доказателството, че можем да бъдем и автори – нашата първа книга, в която вложихме труда и знанията си. Изминахме дълъг път от написването до издаването и, като влязохме и в ролите на редактори, коректори, дизайнери.

Разказахме за началото на специалността и как тя се е променила за двадесет години. Описахме как се чувства среднестатистическият студент по книгоиздаване, когато чуе въпроса *А какво учите всъщност?*. Отговорихме честно на този въпрос – и от сериозната, и от забавната му страна. Погледнахме към проблемите на реализацията и се срещнахме с колеги, вече работещи в издателства. Попитахме студентите от горните курсове как виждат себе си след години и добихме представа за собственото си бъдеще. Върнахме се в настоящето, за да представим как се изучава книгоиздаване в други университети у нас и по света.

Следващите страници съдържат разнообразни теми и факти от историята на книгоиздаването. Започнахме от де-



лото на основоположниците му в България и направихме преход през десетилетията от Възраждането до наши дни. Не отминахме вредите, нанесени от цензурата. Насочихме интереса си и към съвременните явления на световния книжен пазар. Видяхме книгоиздаването и като изкуство. Очертахме различни профили на издателската професия.

А как да не надникнем и в бъдещето! Там все повече ще присъстват електронните книги и аудиокнигите. Проследихме предимствата и недостатъците им. Запитахме се как ги приемат децата. Описахме и нова форма на маркетинг на книгите в социалните мрежи.

Остана само да благодарим за отзивчивостта и съдействието на всички, които приеха да бъдат герои на нашите текстове. Без споделеното от тях книгата ни щеше да загуби от стойността си.

Студентите от втори курс,
специалност „Книгоиздаване“
2017/2018 г.

Непознатата специалност

Венелина Харизанова

Как се промени специалността „Книгоиздаване“ за двадесет години

По времето, когато ние, авторите на тази книга, сме се появили на този свят, се ражда и една идея, откриваща нови перспективи отвъд хоризонта на медиите и масовата комуникация. През 1997 г. във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ се открива специалността „Книгоиздаване“.

Първоначалната концепция се оформя от доц. Георги Лозанов, медиен експерт, журналист, писател, а по онова време и ръководител на катедра „Печат и книгоиздаване“ във ФЖМК, и от проф. Веселин Димитров, един от основателите на тогавашния Факултет по журналистика и негов декан от 1995 до 2003 г. Сериозен принос за откриването на специалността има и доц. д-р Владимир Симеонов, също преподавател във факултета, както и доц. д-р Весела Табакова и Гриша Атанасов. В цялостното развитие на специалността и до днес незаличима следа оставя и проф. д-р Венелина Вълканова, водеща курсовете по графичен дизайн и дизайн на книгата на студенти от бакалавърските и магистърските програми.



Мястото на „Книгоиздаване“ във ФЖМК е естествено и логично, тъй като книгата безспорно е най-старата медия. Началото е трудно – избор на методи и подходи, изготвяне на учебен план, набиране на академичен състав и, разбира се, популяризиране на специалността.

И така, за да проследя процеса от създаването на най-новото академично поле във ФЖМК чак до наши дни, се срещнах с доц. Георги Лозанов и проф. Веселина Вълканова, за да споделят своите наблюдения и приноси, предизвикателствата, с които се срещат, и удовлетворението, когато завършва всеки следващ випуск.

Защо избрах именно тях? Защото преди двадесет години доц. Георги Лозанов е начело на катедрата, към която се провежда обучението по книгоиздаване, а сега същата катедра, но вече под името „Пресжурналистика и книгоиздаване“, се оглавява от проф. Веселина Вълканова.

Задах им седем еднакви въпроса, за да видя специалността от техните гледни точки и да я представя с факти и истини „от първа ръка“.

Разбира се, с първия си въпрос исках да разбера как изглежда програмата, когато доц. Лозанов и проф. Вълканова започват да се занимават с преподавателска дейност. Но се оказва, че формулировката му не е съвсем уместна, защото специалността „Книгоиздаване“ е открита далеч след като те започват академичната си дейност – проф. Вълканова е редовен асистент в катедра „Печат“ от 1988 г., когато във Факултета по журналистика има само една специалност – „Журналистика“. Георги Лозанов е доцент от 1994 г., когато се появява и второто академично поле във факултета – „Връзки с обществеността“.

Въпреки това получих достатъчно изчерпателни отговори за подбудите, довели до стартирането на проекта, за неговото институционално учредяване, за профилирането на предметите и оформянето на преподавателския кръг.



От професионална гледна точка доц. Лозанов споделя, че големият бум на издателствата след 1989 г. и твърде некомпетентната работа са основният мотив за стартирането на специалността.

Имаше книги на световноизвестни автори, които ти е неудобно да погледнеш – от правописни грешки, допуснати дори и в заглавията, през начина, по който е оформен самият продукт, до липсата на каквото и да е маркетинг.

Важно е да уточня, че истинското начало на специалността той свързва със студентите, посочили „Книгоиздаване“ на първо място в списъка с желанията си, когато кандидатстват във факултета. Защото често се случва младите хора да се насочват към някоя от другите две програми във ФЖМК, но да не бъдат приети и затова да изберат „Книгоиздаване“.

Проф. Вълканова поглежда от академичната страна и допълва, че специалността е предпазена от много недостатъци, с които „обрасват“ по-старите програми, и водещата цел е максимално плътно и насочено към практиката обучение.

Оказва се обаче, че създаването на нова специалност не е лесна задача. Проф. Вълканова разказва, че първите години са време на обмисляне на подходи, профили, практики – образователни и изследователски. И докато основоположниците на специалността търсят преподаватели сред книгоиздателите, собственият ресурс от асистенти, доценти и професори на факултета се съсредоточава към разработването на нови учебни програми.

Още една трудност тогава е да се аргументира необходимостта от подобна специалност пред Министерството на образованието, науката и технологиите, споделя доц. Лозанов. Основният проблем е не толкова да се обясни нуждата от професионални книгоиздатели на пазара, колкото да се докаже как обучението може да бъде академизирано. Дали



младите хора ще изгубят четири години в университета и не е ли по-добре квалификацията да се придобива „на терен“.

Ние трябваше да артикулираме цялата тази материя до определени научни дисциплини, които да убедят Министерството, че познаването им ще изведе много по-компетентни лица на пазара на труда, отколкото „слухарското“ усвояване на занаята.

Доц. Лозанов е убеден, че всяка дейност, изградена на основата на знанието – дори извън прагматичния резултат, а като лична професионална идентичност – е на много по-високо ниво.

Многобройни цели са поставени за развитието на най-новото академично поле. Специалността „Книгоиздаване“, научавам от проф. Вълканова, е създадена и провежда обучение по силата на Наредбата за единните държавни изисквания за придобиване на висше образование по специалностите от професионалното направление „Обществени комуникации и информационни науки“. Стремещт още при конструирането на програмата е тя да бъде в съзвучие с тази наредба. Именно полагането на тези усилия позволяват по-късно специалността да бъде акредитирана с отлична оценка и за срок от шест години.

Целта е да даде на младите хора, избрали да се обучават и да се реализират в полето на редакционно-издателската дейност, онази подготовка, която би им помогнала не само да са успешни и конкурентноспособни на пазара на труда, но и да повишават професионалната култура на издателските среда и бизнес, допълва проф. Вълканова.

Първата и най-важна цел за доц. Лозанов е създаването на собствен преподавателски екип. Следва чисто концептуалната страна на преподаването – да се представи книгата като медия, каквато е всъщност. Доста несправедливо книгата е оставена извън кръга на масмедийите, защото в нея



не съществува журналистически дискурс. Но тя притежава всички други характеристики на масмедията.

Желанието на доц. Лозанов е новата специалност бързо да се наложи, макар началото да носело и неизвестност. За щастие новината се разпространява бързо и лесно заради голямото очакване. Освен това книгата по онова време още не е попаднала в тази малко „глуха улица“, в която се намира днес. След книжния дефицит по време на социализма, изведнъж пазарът е залят от книги и това придава усещането, че работата в тази насока е перспективна. Затова не е трудно хората да бъдат убедени.

Относно неоправданите очаквания и двамата са еднодушни – неуспехът да се създаде мощен преподавателски състав в рамките на специалността. Доц. Лозанов ми разказва, че още в самото начало започва набирането на по-изтъкнати издатели, които да преподават на студентите, но периодът на превръщане на „хора от практиката“ в преподаватели е свързан с много търпение и усилия.

Проф. Вълканова пък посочва причините за този неуспех – сложната ситуация на образованието у нас, кризите в университета, отсъствието на успешна визия за кадрово обезпечаване на специалността от страна на факултетските ръководства, както и някои личностни фактори. Тя обаче допълва в защита на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“, че за всички тези години е постигната мобилизация на академичния състав на факултета, както и на преподаватели от Софийския университет, за участие в обучителния процес на бакалаври, магистри и докторанти по „Книгоиздаване“. Редица професионалисти „покриват“ като хонорувани преподаватели важни научни и практически полета, свързани с книгата и издателските практики. Подготвен е, макар и недостатъчен, кадрови ресурс от дипломанти и докторанти на факултета, от практики с преподавателска на-



гласа, което спомага за развитието на по-внушителен собствен преподавателски капацитет.

От една страна тази непостоянна картина на лекторския състав придава несигурност на специалността „Книгоиздаване“, но от друга позволява да се осъществяват множество контакти с хора, идващи от „вътрешността“ на издателския бизнес, което в никакъв случай не може да се определи като лоша практика, обяснява доц. Лозанов.

Тук е мястото от личен опит да споделя, че хоноруваните преподаватели във факултета с нищо не подценяват работата си. Напротив, за нас е ценно и много интересно да срещаме хора с натрупан сериозен опит, които да споделят позитивите и негативите в книгоиздателския бизнес от първо лице, да ни научат на „трикове“ или дори само да споделят как минава един работен ден в издателство.

Стигаме до въпроса как се развива третото академично поле във ФЖМК през годините, а също и как се променят студентите, които постъпват.

Мисля, към добро. От онова романтично и задъхано начало в средата на 90-те години на миналия век постепенно нещата се успокоиха, а програмите се усъвършенстваха и „улягаха“, намерили възможно най-доброто като преподаватели, идеи, теми и методи на преподаване. Откриването на точния баланс между теоретичните курсове от хуманитарните, социални науки, от комуникационната наука с профилиращо знание по редакционно-издателския процес, по неговите етапи, организация, по типологията и изразните средства на книгата, по маркетинг, мениджмънт, реклама, книготърговия, право и други тясно специализирани дисциплини винаги е била сред главните цели на колегиума на катедрата, обяснява проф. Вълканова.

Според доц. Лозанов самият предмет на специалността, книгата, е много променлив и това, което днес представлява „Книгоиздаване“, е много различно от първоначалния замисъл:



Ние имахме предвид традиционната хартиена книга. Днес книга е какво ли не, не е пряко свързана с вещта. В това отношение проектът претърпя трансформация и мисля, че е много важно това да се отразява в програмата, за да може студентите да бъдат ориентирани.

Развива се практическата дейност – от учебните вестници, които пазят тридесетгодишна история, през радио- и телевизионните формати, до списанията и, разбира се, онлайн медиите и книгите. Под методическото ръководство на Гриша Атанасов четвъртокурсниците вече осем години работят върху различни издателски проекти, сред които и 4Publishing – професионално списание за издателски бизнес в хартиен и онлайн вариант, създавано с некомерсиална цел, чийто сайт обединява и новите учебни медии на специалността.

Това разказва проф. Вълканова, като не пропуска да спомене и най-новия проект, включен в учебния план – „Учебно издателство – майсторски клас“. До неговото създаване довеждат стремежът да се предлага по-релевантно на съвременната редакционна среда и по-качествено практическо обучение. Стартът на майсторските класове е даден през академичната 2016/2017 г. Представяват блок от четири свързани модула, продукт на първите два от които е и настоящата студентска книга. Вече са факт книгите на студентите от втори и трети курс за 2016/2017 г. „(Не)забравените“ и „Между книгите и хората“, които убедително доказват, че тази трансформация в учебния план е смислена и адекватна.

Както казах и при представянето на книгите – тяхната реализация е своеобразна творческа защита – демонстрира наученото и натрупания опит по всички етапи на редакционно-издателската дейност и то в ранна фаза на обучението, споделя проф. Вълканова.



Напълно удовлетворяващ е фактът, че работата по студентските книги – от дискусиите, свързани с тематичното планиране, през проследяването на структурата на пазара, организацията на издателството и неговото управление, до конкретната работа по издателския продукт – писане, редактиране, коригиране, оформяне, печат, реклама, презентация – изцяло наподобява издателския график, а овладяването на професионалните роли в учебното издателство и работата в издателски екип подготвя успешно за бъдещата редакционна дейност.

Добро впечатление оставят студентите по книгоиздаване у доц. Лозанов, показвайки насоченост към знанието, при това без да е непременно свързано с целите на професионалната реализация, а с интелектуалния потенциал въобще. Сякаш самата идея за книга подбира хората, търсещи обогатяване. Но в неговите виждания интересът към специалността през последните години спада, защото като че ли младите хора не си дават сметка колко сложен културен продукт е книгата и традиционната представа за нея губи своя авторитет.

Разбира се, не е възможно напълно да се запознаем с развитието на едно академично поле, без да знаем личните приноси на преподавателския кръг, в нашия случай – доц. Лозанов и проф. Вълканова. Макар и неочаквано за мен, доц. Лозанов изтъква само две неща като постижения – първото без съмнение е „хрумването“ на проекта и неговото отстояване. Следващото е статията му „Книгата като медия“, която има програмно значение за специалността, за начина, по който трябва да се погледне на книгата – като първата масмедия, която разпространява едно и също послание сред огромни групи от хора. Така се обяснява и оправдава мястото на „Книгоиздаване“ именно във ФЖМК.

Доста по-обширен е отговорът на проф. Вълканова, която посочва приноси от участието си в оформянето на



учебния план и на концепцията по развитие на специалността, през лекционните курсове и авторските блогове с научна цел, които поддържа, до издаването на множество книги и ръководенето на университетска катедра.

Аз съм от хората, които имат издателски и редакционен опит – оформила съм десетки книги – много важен фактор за воденето на дисциплини като моята. С удоволствие разработих и апробирах в бакалавърската, впоследствие и в магистърската програма по книгоиздаване свой авторски курс по графичен дизайн, по-късно за магистърските програми и курс по дизайн на книгата.

От 2008 г. насам блоговете „MediaDesign. Блог за графичен дизайн и типография, медии и фотожурналистика“ и „Дизайн на книгата. Блог за дизайн на книгата и типография“, а също и фейсбук страницата „MediaDesign. Общност за графичен дизайн и типография, медии, фотожурналистика, дизайн на книгата“, са в помощ както на студентите в процеса на обучение, така и на професионалисти с вече натрупан опит.

Когато през 2004 г. е избрана за заместник-декан по научноизследователската дейност и по докторските програми на ФЖМК, проф. Вълканова и колегите и` успешно развиват докторската програма, обявявайки редица конкурси и обучавайки студенти и докторанти в различни полета на книгоиздаването.

Този период се характеризира със значително реструктуриране на бакалавърските и магистърските учебни планове, а също и с успешното им акредитиране пред Националната агенция за оценяване и акредитация с максимална оценка. Мисля, че за тази първа програмна акредитация на факултетските програми за образователно-квалификационните степени „бакалавър“, „магистър“ и „доктор“ голям принос имам и аз.

Като заместник-декан и част от академичния състав на тогавашната катедра „Печат и книгоиздаване“ проф. Вълка-



нова през цялото време се стреми да допринесе за най-младата специалност да се развива, да печели популярност, да намира заслужено място сред другите програми.

В периода 2002 – 2004 г. и от 2012 г. досега проф. Вълканова е ръководител на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“. Тя споделя, че заедно с преподавателския колектив се опитват да следят всичко случващо се в реалния живот – от непрекъснатите трансформации на учебните планове и актуализациите на учебните програми до научните и изследователските форуми и проекти, и да реагират с адекватни действия. От голямо значение са срещите със студентските общности, защото диалогът с младите колеги дава нови идеи и е коректив за образователните подходи и практики.

Успешните програмни акредитации, лидерството на нашия факултет в професионално направление „Обществени комуникации и информационни науки“ в национален план, е резултат на цялата преподавателска и студентска общност, но и академичното ръководство на катедрите и факултета имат свой неоспорим принос, обобщава проф. Вълканова.

Интересно ми беше да разбера кой е най-стойностният проект, свързан със специалността „Книгоиздаване“, в който проф. Вълканова и доц. Лозанов вземат участие. Както при всички зададени от мен въпроси досега, и тук отговорите на двамата се различават коренно. Проф. Вълканова се отличава с далеч по-богата история на лични и съвместни проекти в полето на книгоиздаването и, разбира се, на дизайна. Ето какво разказва тя:

Погледнато навътре, смятам за свое лично постижение публикуването на монографията ми „Дизайн на книгата. Комуникативни и композиционни парадигми на традиционните и модерните типографски стилове“ (София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2014). Освен че засели едно все още недобре разработено изследователско поле, книгата е основен



източник на актуални и важни за обучението на студентите по книгоиздаване знания за елементите, организацията и принципите на проектирането на книгата, за еволюцията на дизайна на книгата, за нивата и аспектите на нейната типография, за съвременните оформителски подходи, тенденции и практики.

В по-широк план проф. Вълканова посочва, че регулярните семинари, научните форуми и изследователските проекти на всички нейни колеги от катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“ добавят важни изследвания, стават терен на обмен на мнения, както и са източник на нови идеи, свързани с преподаването и обучението на студентите.

За пример тя дава научния семинар „Книгоиздаване по време на криза“, проведен през 2013 г. и превърнал се в място на необходимите срещи в академична среда между учени, преподаватели, изследователи, издатели, студенти и докторанти. Тези срещи са от голяма полза за всички участници, от една страна заради анализа на процеси и тенденции в развитието на българското книгоиздаване, чието осмисляне допринася както в теоретичното поле, така и в полето на практиката. От друга страна, студентите и докторантите влизат в дискусии по актуални въпроси от теорията, обучението и практиката и допълват знания, умения и информация.

От 2004 г. насам, когато се провежда семинарът „Бизнес среда на книгата“, подобни срещи се превръщат в традиционни форуми за дискусии по проблемите на книгоиздателския бизнес и образование. За проф. Вълканова, а предполагам и за всички останали преподаватели във ФЖМК, удовлетворяващо е участието на нашите alumni, както нарича вече завършилите студенти и докторанти на факултета, защото това дава увереност, че връзката с дипломантите не е загубена, а напротив – те са приобщавани към обсъжданията, свързани с бъдещето на специалността.



Доц. Лозанов в професионалното си направление се занимава с медийна експертиза и е по-скоро наблюдател на случващото се със специалността „Книгоиздаване“ в рамките на факултета. Затова като единствен проект, в който взема участие, той определя текущото възпроизводство на дипломни работи, на които е рецензент и научен ръководител.

Темата би останала незавършена, ако не поговорим за бъдещето, затова такъв е и последният ми въпрос – какви са изгледите за специалността според двамата професионалисти и преподаватели по книгоиздаване.

От 2001 г., когато завършва обучението си първият випуск на специалността „Книгоиздаване“, досега стотици alumni намират реализация в издателския бранш, медиите, комуникациите. Двадесет години по-късно, седемнадесет завършили випуска и един на крачка от „финалната права“ са значителен натрупан опит, защото всеки курс добавя наблюдения, идеи и изводи за бъдещото развитие и перспективите пред специалността. Това ми разказва проф. Вълканова, като допълва и своите виждания относно бъдещия успех на специалността.

Смятам, че успешните образователни програми са в разширяването на профила към издателските дейности като по-адекватна рамка на обучение и изследвания, към предизвикателствата на електронната издателска индустрия, а включването/връщането в учебния план на курсове по: литературни агенции, по онлайн реклама и предлагане, по ефективен издателски маркетинг, по контент мениджмънт, по управление на продуцентски проекти, по електронна литература и кибер култура, по мобилни комуникации и дигитални съдържания, по управление на медийно съдържание и копирайтинг, по визуална аргументация, по екранни изразни системи и други актуални практически курсове ще приближи специалността до изискванията на съвременните реалности и средата на новия век и новото десетилетие.



Другата гледна точка, на доц. Лозанов е, че книгата не само няма да изчезне, но се превръща в нещо още по-сложно и по-важно, затова нараства и необходимостта работата в тази професия да бъде академично подплатена. Според него специалността ще продължи своето развитие, но остава въпрос единствено на футурология под какви етикети ще се случи това. Като завършек той споделя, че книгата е на прага на нов вид „раждане“ и е изключително важно академичното поле да се съобрази с това.

И така, след тези изчерпателни интервюта, показващи трудностите не само по пътя на създаване, развитие и популяризация на специалността „Книгоиздаване“, но и дългия процес на обучение, остава да задам един-единствен въпрос на читателите на нашата книга: Все още ли смятате, че за да издаваш книги, не е нужно образование?

Най-доброто заключение, което успявам да измисля, е накратко да разкажа собствената си история, свързана с кандидатстването ми във ФЖМК. Да си призная, книгоиздаването изобщо не се нареждаше сред мечтите ми. Когато през лятото на 2016 г. научих, че не съм приета по първото си желание, а именно „Връзки с обществеността“, наистина се почувствах съсипана. И повярвайте, не преувеличавам.

Поглеждайки назад, днес съм благодарна за пътя, който съдбата е предопределила за мен, и не си представям да бъда на друго място. Само за две години „Книгоиздаване“ ми даде толкова много – нови колеги, безброй и различни перспективи за книгата, медиите и света изобщо. Успях да „преборя“ себе си и срама, който винаги досега е затруднявал контактите ми. Придобих увереност в знания и поведение. Разбира се, не бива да пропускам, че съзирам нови висини на физическа и психическа издръжливост всеки път, когато настъпят четирите „любими“ седмици, наречени изпитна сесия. Вече приемам предизвикателствата с радост и въодушевление, а не с тревога и неприязън.



Нямам търпение за книгоиздателското приключение, което ме очаква във Факултета по журналистика и масова комуникация през следващите две, а може би и три години. Защото понякога липсващата стъпка до абсолютното щастие е само една несбъдната мечта.

Полина Цветанова

В началото бе... писмото

Чуем ли „книгоиздаване“, автоматично в съзнанието ни се появява думата „книга“. Често говорим за книгата като най-старата медия и форма на комуникация. Не просто едно литературно произведение, съставено от книжно тяло и корица, а нещо много повече.

Специалността е открита за първи път в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ във Факултета по журналистика и масова комуникация. Началото е дадено през 1997 г., а първите идеи за нейното създаване се зараждат в Университетското издателство „Св. Климент Охридски“.

Срещам се с проф. д-р Алберт Бенбасат, който се включва в обучението по книгоиздаване още от 1999 г., първоначално като хоноруван преподавател, а по-късно и като доцент и професор. Той разказва една наистина любопитна и забавна история, свързана с откриването на специалността. Тогавашният ректор на СУ проф. Иван Лалов съставя текста на писмо, адресирано до Министерството на образованието, с което аргументира необходимостта от висше образование по книгоиздаване. Политическите събития в началото на 1997 г. водят до съставяне на служебен кабинет, в който ръководството на министерството е поверено на проф. Иван Лалов. Така, вече като министър, доскорошният ректор по-



лучава собственото си писмо. Проф. Бенбасат научава за това писмо през 2008 г., когато получава черновата му от декана на факултета – проф. Веселин Димитров, който някога го е подписал редом с проф. Лалов¹. Върху черновата проф. Димитров е написал уточнението: „Това е манускриптът, с който Иван Лалов учредява специалността „Книгоиздаване“, без да знае, че броени дни след написването на писмото ще го получи самият той – вече като министър на образованието.“

Уважаеми г-н Министър,

Бихме искали да Ви обърнем внимание за нуждата в подготвяния регистър на специалностите да бъде включена специалност „Книгоиздаване“. Решението за създаването на тази специалност бе взето от Академичния съвет на Софийския университет през 1995 г., преди приемането на новия Закон за висше образование. Учебният план е приет от Академичния съвет през 1996 г.

Специалисти с такава квалификация досега са подготвяни само в чужбина (в бившите СССР и ГДР). Необходимостта от такива кадри е продиктувана от постоянното разрастване на книгоиздаването в България. В плановете на новостроящата се сграда на Факултета по журналистика и масова комуникация са включени помещения за обучение и производствена дейност, свързани с новата специалност. Опитът на преподавателите от същия факултет е основа за осъществяване на обучение по нея.

Уверени сме, че не съществуват пречки за реализиране на специалностите, завършили тази специалност.

Поради всичко това ние настояваме специалността да бъде включена в регистъра на специалностите и да бъде дадена държавна поръчка за прием на студенти през 1997/98 год.

С уважение:

Ректор: Иван Лалов

Декан: Веселин Димитров

¹ Бенбасат, Алберт. Как се създаде специалност „Книгоиздаване“ във Факултета по журналистика и масова комуникация // e-scriptum.com, 25 май 2013. Достъпно на: <http://e-scriptum.com/specialnost_knigoizdavane>



Одобреният през 1996 г. първи учебен план е съставен от Гриша Атанасов, който тогава е главен редактор в Университетското издателство. Преди това, през 1993 г., той предлага специализиран курс по печат за студентите по журналистика и след това участва в обособяването на отделна специалност. Той е първият преподавател по книгоиздаване в българското висше образование.

Още в началото на 90-те години Франция подпомага проекта „Витоша“ и Университетското издателство се включва в него, като се издават много книги, включително издания на голям брой френски автори. През 1993 г. Гриша Атанасов заминава за Франция с цел проучване на образователните дисциплини, свързани с издаването на книги. Посещава и учебния център на Националния синдикат по книгоиздаване, който разполага с добре развита система за подготовка на бъдещите кадри. Този опит допринася изключително много за изготвянето на учебния план. В основата му е стремежът за изграждане на широка хуманитарна и медийна култура. Примери за това са дисциплините „История на журналистиката“, „Естетика“ и „Социология“. Постепенно учебният план се изменя значително, като една от причините е постоянно въвеждане на нови държавни изисквания. Гриша Атанасов и до днес е преподавател по „Увод в книгоиздаването“ и ръководител на лятната учебна практика.

Важна роля в процеса по утвърждаване на специалността има и проф. Филип Панайотов, един от основателите и първи директор на Университетското издателство. „Книгоиздаване“ се включва в регистъра на специалностите по държавна поръчка за прием на студенти още през 1997 г., тъй като интересът бил голям.

Основната трудност, с която се сблъскват при утвърждаването на „Книгоиздаване“ като програма за обучение, е намирането на преподаватели за новите дисциплини. Нужно било да се намери баланса между хабилитираните препо-



даватели и специалистите. Проблемът бил в това, че общите хуманитарни дисциплини се преподавали от специалисти от други факултети. Постепенно за двадесетгодишния период се изгражда и висококвалифициран преподавателски състав.

Накрая, за финал, ще си позволя да цитирам проф. Бенбасат. Неговите думи много ясно и кратко представят същността на издаването на книги: *За разлика от четенето и писането, които са самотни занимания, книгоиздаването е колективна дейност.*

Николая Станкова

Запознайте се!

Специалността „Книгоиздаване“, както можете да разберете от самото наименование, се свързва с „издаване на книги“. Защо тогава голяма част от хората гледат странно, когато я чуят? Когато те попитат: *Ти какво учиш?*, получаваш онзи въпросителен поглед.

Все пак, както е казал Стивън Хокинг, *най-големият враг на знанието не е незнанието, а илюзията за знание*. Следващите няколко страници са посветени на въпросите: Каква е тази специалност? Къде, защо и как се изучава? Ще си призная, че макар да уча книгоиздаване и да се предполага, че трябва да знам подробно какво включва учебната програма, се оказва, че това далеч не е така. Осъзнах го, когато започнах да търся поне още малко информация относно тази „мистериозна“ специалност. Затова ви предлагам да се запознаете с нея:

Име: Книгоиздаване

Година на раждане: 1997

Място на раждане: София

Постоянен адрес: СУ „Св. Климент Охридски“, ФЖМК

Брат/сестра: „Журналистика“, „Връзки с обществеността“ и новороденият „Комуникационен мениджмънт“, който се въвежда от академичната 2018/2019 година.



Какво знаех за специалността „Книгоиздаване“?

Изучава се и във Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“, но следващите няколко страници са посветени на обучението в Софийския университет.

Бакалавърската програма включва четири години, следователно осем семестъра, като има само редовно обучение. Приемът е с писмен и устен изпит по журналистика, което според мен е добър, макар и субективен вариант за отсяване на подходящите кандидати, които да изучават медии и комуникации. Приемът за „Книгоиздаване“ за академичната 2018/2019 година е по избор – с устен и писмен изпит по журналистика, или с оценките от матурите по български език и литература, история и цивилизация, философски цикъл или чужд език.

Завършването на образованието (дай Боже всекиму!) е със защита на дипломна работа. Учебните дисциплини са групирани в три модула – задължителни, избираеми и факултетни. В четвърти курс всеки студент избира направление – „Редакционно-издателски процеси“ или „Медии и връзки с обществеността“. След завършване студентът може да работи като издател, редактор, коректор (всъщност има и още доста полета за реализация, за които разбрах на по-късен етап и ще прочетете за тях по-долу).

Е, моите знания за специалността „Книгоиздаване“ се ограничиха до тези осем изречения. Но докато се чудех какво знам, или по-точно какво не знам за специалността, в главата ми изникваха въпроси, на които впоследствие успях сама да си отговоря.

Защо специалността „Книгоиздаване“ се изучава във Факултета по журналистика и масова комуникация?

Защото тук книгата се разглежда като медия, като форма на комуникация. Защото ние изучаваме издателските процеси и разглеждаме самата книга като продукт.



Какви знания и умения ще придобие студентът по книгоиздаване?

Теоретични знания в областта на книгознанието, социалните науки, масовите комуникации, световното книгоиздаване и издателските дейности. Професионални компетенции по технология на книгоиздаването, графичен дизайн, полиграфия, икономика на книгоиздаването, авторско право, книготърговия, маркетинг и реклама в книгоиздаването, организация, структура и мениджмънт на редакционно-издателската дейност.

Наистина ли специалността „Книгоиздаване“ е подценявана?

В търсене на информация относно специалността попаднах на класацията „Пет специалности, които кандидат-студентите подценяват“ и първа по ред беше „Книгоиздаване“. Ама защо? Защото в нашия факултет тя е заедно със специалностите „Журналистика“ и „Връзки с обществеността“, които обичайно са по-предпочитани, и тя отива на трето място. Голяма част от хората обаче не знаят полетата за реализация и именно оттам идва и подценяването, смятайки, че студентите, завършващи книгоиздаване, са „книжни шлъхове“. Всъщност специалност „Книгоиздаване“ дава най-широки познания за самата книга, за нейната история и за книгата като медия. Тук се включват базови знания и за връзки с обществеността и журналистика, които са пряко свързани с издателската дейност. Специалността дава не само знания как се издават книги, а също какви са процесите на създаване и разпространение на всякакъв вид печатни и електронни издания.

Има ли магистратура по книгоиздаване?

Беше много любопитно да разбера и открих, че има магистърска програма, наречена „Книгоиздаване през XXI



век“. Срокът на обучение е три семестъра, а формата на обучение – задочна. През академичната 2017/2018 година за съжаление тази магистърска програма не се е осъществила. За новата 2018/2019 академична година се подготвя нова магистърска програма „Традиционно и дигитално публикуване“. Формата на обучение отново е задочна, но продължителността и ще бъде четири семестъра. Учебният план включва богат спектър от задължителни и избираеми дисциплини.

Катерина Деянова

Модерно образование в старата столица

Специалността „Книгоиздаване“ не е широко известна, но в последните години става все по-актуална и търсена от младите хора, желаещи да се запознаят отблизо с най-старата медия в света – книгата.

Тъй като това академично поле е сравнително ново, много от завършващите гимназиално ниво ученици не са запознати с възможностите, които то предлага. Сред висшите училища, осигуряващи такъв вид образование, е и Великотърновският университет „Св. св. Кирил и Методий“, където книгоиздаване се преподава в самостоятелна специалност от 2002 г.

Обучението предлага бакалавърска програма в две форми – редовна и задочна, с продължителност от осем семестъра. Специалността е в структурата на катедра „Книгоиздаване и библиотечно-информационни дейности“ на Факултета по математика и информатика. Ето как е формулирана целта на обучението в електронния каталог на образователните програми на Великотърновския университет: „Подготовка на висококвалифицирани специалисти в съответствие с актуалните обществени потребности, в син-



хрон със съвременните изисквания на обществото, издателската индустрия и държавните институции в регионален и национален план. Цялостният учебен процес се стреми да отговори на конкурентната образователна среда и да изпълнява европейските изисквания и националните приоритети за повишаване на качеството на образованието.“

Учебната бакалавърска програма включва задължителни дисциплини, които изграждат фундаменталната професионална подготовка чрез лекционни и практически курсове. Обучението осигурява широк спектър от умения и компетентности: композиция, дизайн и предпечатна подготовка, умения за издателската обработка на текстовете, както и познания по маркетинг, полиграфия и книготърговия.

Студентите получават също знания за управление на издателските процеси и структури, както и за най-новите тенденции в българското и световното книгоиздаване. Практическото обучение се осъществява чрез стажове в издателства, книжарници, библиотеки, редакции и рекламни агенции. Специалността включва и обучение по чужди езици.

С помощта на избираемите дисциплини студентите получават допълнителни специализирани познания за различни аспекти от книгоиздателската дейност – техниката на коректорската дейност и стилового редактиране, професионалната етика, жанровете в книгоиздаването, българската и международната издателска, печатна и бизнес комуникация, електронното книгоиздаване, онлайн медиите, издателските системи и софтуер, книгата и детското четене, издателско-търговската библиография.

Много хора биха задали въпроса каква може да бъде професионалната квалификация, когато студентите излязат на пазара на труда. По-голямата част от абсолвентите избират професия като издатели, но и мнозина се насочват



в други сфери, свързани по-скоро с различни по вид медии. Специалността предлага както специализация в книгоиздаването, така и възможност за придобиване на знания, а по-късно – развитие в областта на медиите или рекламата. Студентите могат да се възползват и от европейската програма „Еразъм“ за университетско обучение със сроден профил в чужбина за един семестър или цяла академична година.

За да се завърши бакалавърската програма, студентите трябва да подготвят и защитят дипломна работа или да издържат успешно държавен изпит. Придобитата професионална квалификация е „издател“.

Огромно приноса за утвърждаването и развитието на специалността „Книгоиздаване“ във Великотърновския университет има проф. Лъчезар Георгиев. Той е автор на десетки публикации, свързани с теорията, практиката и историята на книгоиздаването. Книгите му са изключително ценни не само за студентите, а и за всички, които имат интерес към книжовното дело.

Проф. Георгиев любезно откликна на поканата ми да сподели как той вижда обучението по книгоиздаване през призмата на дългогодишния си преподавателски и изследователски опит.

– Бихте ли посочили специфичното за обучението по книгоиздаване във Великотърновския университет?

– Обучението следва съвременните тенденции и динамиката на обучението, ползвайки система от методи, които са в унисон със сертифицираната система за качеството на обучението на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“. Специалността „Книгоиздаване“ е акредитирана с висока оценка от Националната агенция по оценяване и акредитация. За обучението е налице отлично подготвен екип от хабилитирани преподаватели и доктори. Съблюдова се съотношението между тео-



рия и практика. От студентите се изисква да провеждат стажове в издателства, редакции или полиграфически структури.

– Вие участвате активно и в академичната, и в издателската дейност...

– Катедрата издава, по съвместен проект на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ и УниБИТ – София, научното списание за книгата „Издател“. От 2009 г. досега са издадени и осем тома „Обществени комуникации и информационни науки“ на годишника „Трудове на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“ по проблемите на книгоиздаването, книгата, печатните комуникации. Екипът преподаватели работи в тясно сътрудничество с големите издателства и печатници от Великотърновска област и е в непрекъсната комуникация с Университетския книгоиздателски комплекс. Научните книги на преподаватели по специалността се намират в най-авторитетните публични, научни и университетски библиотеки в Европа и по света.

– Как оценявате професионалната реализация на Вашите студенти?

– Не е провеждано проучване относно реализацията на завършилите специалността през първата година, но са правени наблюдения за първите три години след завършването. Констатира се, че около 50 на сто от студентите започват работа по специалността, а около 45 на сто продължават образованието си в сродни магистърски програми, предимно в направление „Обществени комуникации и информационни науки“. Някои продължават обучението си и за придобиване на образователно-квалификационната степен „доктор“.

– Как виждате бъдещето на обучението по книгоиздаване?

– Специалността е перспективна и обещава широки възможности за реализация. Има практическа приложимост



в реалния живот. Наред с това дава основа и за продължаващо обучение. Наши дипломирани бакалаври по книгоиздаване работят като редактори, издатели, книготърговци, рекламисти в сферата на издателския бизнес и медиите, в полиграфически фирми, в издателско-полиграфически комплекси и рекламно-издателски къщи в страната.



Нелка Пъпанова

На шест континента

Книгоиздателският бизнес е марафон, а не спринт. Авторите са само началото. Така известният американски писател Джо Лансдейл определя книгоиздаването.

За нас марафонът започва още с избора на специалност и университет, а когато поставяме началото, осъзнаваме колко необятен е светът на книгоиздаването. В XXI век значимостта на тази специалност в световен мащаб е наистина голяма. Книгоиздаване се изучава в стотици висши учебни заведения от най-висок ранг.

Винаги има една малка подробност. Книгоиздаването в останалите висши учебни заведения обичайно не съществува като самостоятелна дисциплина, както е в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“. В чуждите университети книгоиздаването е често част от учебните програми по комуникации и медии. В някои то може да се изучава позадълбочено, могат да се избират различни специализирани дисциплини и курсове.

Сферата на медиите се развива толкова динамично, че класациите за най-доброто университетско образование в тази сфера също се променят. За всяка конкретна страна университетите са подредени по различни критерии. Но

един фактор обединява най-успешните от тях – доброто развитие на техните кадри след дипломиране. Някои управляват издателства, други търгуват с права и откриват автори, а също създават и оформят най-добрите световни бестселъри. Ето няколко примера за обучение по книгоиздаване от шест континента.

Северна Америка

Страната на неограничените възможности винаги е в челните места на класациите. И много рядко само с един представител. Нюйоркският университет предлага на своите бъдещи студенти развитие до челните редици на тази динамична индустрия. Преподавателите са едни от най-добрите професионалисти в бранша. Тяхната програма дава солидна основа в издателския бизнес с фокус върху цифровите приложения. Планът на обучение включва както посещение на най-големите панаири на книгата по цял свят, така и шестседмично лятно обучение. През този период те интензивно проучват развитието на книгоиздаването и електронните медии. Целта на всичко това е да постави у студентите основите на книгоиздаването, финансирането и маркетинга, както и най-новите стратегии в публикуването, независимо дали ще работят за голяма компания или ще основат своя собствена.

Йейлският университет пък се фокусира изцяло върху откриването на автори и издаването на книги. Програмата обстойно преминава през всеки от издателските процеси. Забележителен факт е, че студентите издават книги на известни автори. Техните публикации са с цел образование на обществото и са изцяло с културна насоченост.

Самите студенти ги наричат *публикации, които допринасят за глобалното разбиране на човешките дела*. Разбира се, имат и големи дигитални проекти, като един от най-известните е „Личният архив на Сталин“. А в университетската



библиотека на Йейл се упражняват да архивират средновековни ръкописи.

Европа

Швейцария винаги е била символ на лукс, престиж и точност. В нашата сфера също успява да блесне под светлините на прожекторите, дори и с италиански привкус. Университетът на италианска Швейцария с Факултет по комуникационни науки е единственият в страната, който предоставя интердисциплинарно образование, съчетаващо хуманитарните науки, социалните науки, икономиката и технологиите. Факултетът предлага на възпитаниците си голям опит в различни професионални насоки: медии, бизнес, обществени институции и нови технологии. Той обединява изследователи и учители от различни среди, които споделят един общ интерес – комуникацията.

Русия и тук успява да демонстрира своето величие, като запазва мястото си сред най-добрите в книгоиздаването векове наред. Московският държавен университет по печата е център на научно-образователното пространство на Русия в областта на медийната индустрия и е единственият университет в държавата, който провежда интегрирано обучение на студенти за бъдеща работа в полиграфическата и медийната индустрия. Това е може би едно от най-добрите места за изучаване на книгоиздаване в света. Програмата му е изключително подробна и интензивна, с впечатляващи мащаби. А през последните години университетът подобрява значително програмите си за прием на студенти от цял свят.

Германците са водещи в много и различни сфери, като ясно изразяват лидерството си и в нашата професия. Университетът по приложни науки в Берлин включва в учебната си програма бакалавърска степен по печатни и медийни технологии. Тя е структурирана върху техническо, дизайн-



нерско и бизнес съдържание. Заради големия избор всеки може да изгради по свой начин програмата си, но с известни правила, така че да е напълно готов за кариера в медийната индустрия. Разнообразието и свободата в учебната програма винаги са предимство. Обучението е безплатно и професионалната квалификация, която университетът дава на своите студенти, спомага за успешен старт след дипломиране.

Оказа се, че световната модна столица Париж не блести само с успехите си в модната индустрия, а и в книгоиздаването, библиотекарството и книжарството. Един от най-добрите университети в тези три области – Пари Нантер, се намира във френската столица. Той се фокусира главно върху библиотеките, защото развитието в тази област изисква по-специфични знания. Стреми се да изгради професионална култура, която е необходима за създаването и изграждането на библиотечни проекти. Неизменна част от това са организации, правни рамки, стратегии, участници и инструменти. Студентите, завършили този университет, могат да се реализират в следните насоки: библиотеки (общински, ведомствени, университетски, държавни институции) и институции, посветени на книгата (регионални агенции на книгата, Министерство на културата).

Южна Америка

В Бразилия, и по-конкретно във Федералния университет в Рио де Жанейро, има специалност, наречена „Издателска продукция“. Там се обучават основно хора, които желаят да се усъвършенстват в издателската подготовка, производството и разпространението на книги на хартиен и електронен носител. Управление, координация и творчески хъс са трите основни качества, които трябва да притежаваш по време на своето обучение. Когато се дипломираш обаче списъкът трябва да е далеч по-дълъг за успешна реализация.



Австралия

Мелбърнският политехнически университет предлага дълъг списък от предимства – професионално писане, дизайн, редактиране и много други сфери на книгоиздателския процес. Бакалавърската учебна програма е богата и разнообразна. Създаден е и модул, който подробно изучава сделките с авторски права.

Студентите се запознават с редица жанрове, обучават се в създаването и тълкуването на текстове и изпълняват проекти за творческо писане и професионален опит в индустрията. Основане на компании, редактиране, създаване на корици, дизайн, връзка с авторите, управление на проекти, планиране. Програмата на този университет е почти идентична с тази в нашия факултет.

Азия

Азия – континентът на контрастите. Колегите ни в Сингапур имат много по-различно мислене от нашето. Докато ние се стремим да достигнем световни стандарти, те мислят как да развият общността си.

В своето описание Университетът за технологиите в Сингапур дава само три свои основни цели. Първата от тях е продължаване извеждането на добри кадри за медийното развитие на Сингапур и региона. Втората – изграждане на умения за представяне и анализиране на случващите се събития в Сингапур и региона. И третата – да не спират и възпрепятстват развитието на общността.

Университетът включва в своята програма единствена по рода си практика в областта на 3D печата. Разполага със свой собствен център за квалифицирането на студентите в тази насока. Въпреки всички ограничения, тяхното развитие в книгоиздаването е голямо. И това не пречи на стремежа им да се превърнат в първия университет за комуникация и информация в Азия с международно значение.



Африка

За финал да разгледаме Африка и по-конкретно Университета „Мой“ в Кения. Създаден през 1984 г., той се специализира в издателски изследвания. Неговата цел е да създава професионалисти в различните сфери (редакционна, продуцентска, маркетингова, печатна) на издателския бизнес. Завършилилите там студенти допринасят за развитието на издателската индустрия на регионално, национално и международно ниво.

Околосветското пътешествие на книгоиздаването по света може да продължи много дълго. Защото светът е толкова необятен, колкото и тази професия.

Началото на нашия неспиращ маратон ние поставихме с отговора на въпроса „Какви искаме да станем, като пораснем?“. А първият ни избор бе „Къде искаме да получим своето образование?“, за да бъдем едни от най-добрите в бранша. Ние направихме този избор, колегите ни по света също го правят. И в крайна сметка, ние самите започваме да градим бъдещето си, но го градим върху основите, които получаваме от университетите и преподавателите.

Разбира се, никога не трябва да забравяме, че ние сме бъдещето, предстои ни да израстваме, да се учим и да променяме света. А най-доброто оръжие, което бихме могли да притежаваме, докато се опитваме да постигнем това, е доброто образование. Това трябва да бъде стартът на всеки млад, здравомислещ и разумен човек.

Когато стане въпрос за образование, всички са единодушни за значението му. Родителите насърчават децата си, инвестират в книги, семинари и научно-популярни канали, защото човек се учи всеки ден, а образованието е инвестицията с най-висока възвръщаемост.

Една от иконите на литературната критика на нашето време, канадската писателка и поетеса Маргарет Атууд, казва:



Издаването на книга е като да пъкнеш писмо в бутилка и да го хвърлиш в морето. Някои бутилки потъват, други стигат на сигурно място, където писмата се четат, а след това евентуално се ценят. Или пък погрешно се тълкуват. Или пък онези, които мразят посланието, го разбират най-добре. Никога не знаем кои ще са нашите читатели.

В това изказване Маргарет Атууд ни насочва към нещо много важно, а именно, че книгоиздаването е рискован бизнес. И в него нещата на теория не винаги се получават на практика.

По време на обучението си всеки един от нас трупа знания и в даден момент се сблъсква с действителността и практиката, в която те са трудно приложими „като по учебник“. Неслучайно в университета се предвижда стаж, който да бъде пресечна точка между наученото и реалните отговорности и задължения. Този принцип се прилага навсякъде и до днес, и всеки е убеден в полезността му.

От аудиторията
към професията

Радина Драгиева

Наръчник на средностатистическия студент по книгоиздаване¹

Книго-какво? е въпрос, който колегите от специалност „Книгоиздаване“ са свикнали да чуват. *Книгоподвързване?*, *Книгораздаване?*, *Книгоразпространение?* Смисъл, като в книжарница?, *Книги ли, какво има да им се учи?* Толкова много въпроси, станали част от всекидневието ни. В отчайващо редки случаи отговорът на въпроса *Какво учиш?* не бива последван от *Т`ва пък какво е?*. Постоянна борба, чиито амуниции са нашите нерви.

Но какво е „Книгоиздаване“ наистина? Що за специалност е, защо някой изобщо би я избрал? Какво можем да правим с това образование? По цял ден ли четем книги? Болят ли ни очите от четене? Толкова много въпроси, а толкова малко търпение.

Обърнах се към много източници в търсене на отговор. Приятели, познати, семейство, роднини, форум „БГмама“, разбира се. Получих колкото отговори, толкова и питанки. Прекарах дни и нощи, търсейки най-съществените въпроси, които хората имат към бъдещите книгоиздатели. Въпроси

¹ Всяка прилика с действителни лица или събития е напълно съзнателна – Б.а.



като *Библиотекари ли ще ставате?* и *Т'ва значи ли, че ако напиша книга, ще я издадеш?*. Тук събрах всичко, което успех, с добри намерения, с малко раздразнение и (почти) всичко в кръга на шегата.

Нека този текст служи като наръчник и бъде полезен на всеки студент по книгоиздаване, настоящ или бъдещ. Нека бъде в помощ на наш колега, когато му се налага да обясни какво учи на съквартиранта си в общежитието или на далечната братовчедка, която вижда само на рождения ден на леля си. Нека предпазва нервите на студентите и отговаря на въпросите на всеки заинтересуван (или всезнаещ) човек.

Книго-какво?

Кни-го-из-да-ва-не! Специалност към Факултета по журналистика и масова комуникация в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Макар и на двадесет години, все още най-младата специалност в гореспоменатия факултет, но също толкова интересна и вълнуваща, колкото останалите!

Предлага широко поле за развитие и множество различни посоки, в които студентите от тази специалност могат да започнат професионалната си дейност. Разполага с разнообразна програма, създадена така, че да обхваща огромен обем от информация. Студентите по книгоиздаване се радват на много практика и работа с професионалисти.

Ама к'во можеш да правиш с това, когато завършиш? В библиотека ли ще работиш?

Не. Но мога. Специалността предлага голям списък с възможности за развитие, тъй като през четирите години на бакалавърската програма се изучават множество различни предмети. Минаваме през много различни дисциплини и имаме практика по тези, за които се изисква. Обучението



е динамично, дава ни идеалната възможност да видим кое поле ни харесва и в коя посока искаме да се развиваме. В края на всяка академична година имаме задължителен летен стаж, който е още една крачка към професионалното ни развитие и, най-важното – осъзнаване.

Ще имате възможност да сте в крак с развитието на индустрията и на книгата като медия. Всъщност, специалност „Книгоиздаване“ дава най-широки познания, които включват базови знания и за PR, и за журналистика, които са пряко свързани с издателската дейност. Освен това, КНИГОиздаване не означава да търсите реализация само в бизнеса с книги. Възможности за вас има във всеки вид печатно и непечатно издание (списания, каталози, брошури, сайтове)¹.

Разбира се, шансовете, които специалността предлага, са само за хората, които искат да се възползват от тях. Не е задължително да станем библиотекари, не че в това има нещо лошо. Както един американски автор казва: *Библиотекарите са тайните супер герои на този свят.*

Ставаме редактори, преводачи, коректори, журналисти, писатели, списъкът е много дълъг. Получаваме познания за авторски права, книгоразпространение и реклама, управленски и организационни процеси. Можем да работим в издателства, във вестници, списания, телевизии, във всички медии, за които можете да се сетите. „Книгоиздаване“ предоставя всички тези възможности.

Ама това звучи измислено.

Разбира се, че звучи измислено. Както много специалности във висши учебни заведения, не само тук, но и в чужбина. Създаването, развиването и разширяването на липсващи досега специалности е повод за радост, не за скеп-

¹ 5 специалности, които кандидат-студентите подценяват. netpro.// Образование и специализация в чужбина, 6 януари 2017. Достъпно на: <<https://studyabroad.bg/news/5>>



тицизъм. В което и да било академично поле. Задълбочаването на знанията и навлизането в детайлите, които хората пренебрегват, са нещата, които помагат за успеха и развитието в дългосрочен план. И така се появяват всякакви „измислени“ специалности. Такива, „случайни“ специалности, които дават възможност на желаещите да усъвършенстват знанията и уменията си, както никога преди.

В университетите масово попадаме на такива нови образователни програми. Това не ги прави по-малко истински, камо ли по-маловажни. Светът е такъв, какъвто е заради всички „измислени“ неща, които хората научават и усъвършенстват.

Т'ва в Библиотекарския ли е?

Не. Специалността се изучава в СУ „Св. Климент Охридски“ и във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“. По време на прием 2013 – 2014 г. в Нов български университет се е предлагала специалността „Книгоиздаване и печат“, но обучение не се е осъществило. В Университета по библиотекознание и информационни технологии се изучават множество специалности, които имат общо с предметите, включени в нашата програма. Предлагат както интересни бакалавърски, така и докторски степени в сферата на книгознанието.

Какво стана, не успя да си вземеш изпита по журналистика ли?

За изненада на много хора, запознати с тази специалност (и най-вече на някои преподаватели във Факултета по журналистика и масова комуникация), повечето колеги са се насочили към „Книгоиздаване“, защото са видели потенциала за развитие, а не защото не са ги приели в някоя от другите специалности на факултета.

Разбира се, това твърдение не е с цел да обижда или омаловажава тази част от студентите, които въпреки поло-



жените изпити не са приети по първото си желание. „Журналистика“, „Връзки с обществеността“ и „Книгоиздаване“ са трите специалности във ФЖМК. Обучението се простира върху историята, теорията и практиката на различни медии, езиковата компетентност и много други области на знанието. Специалността „Книгоиздаване“ не стои в сянката на „Журналистика“, а наравно с нея. От академичната 2018-2019 година ще стартира и най-новата специалност „Комуникационен мениджмънт“.

Звучи доста скучно, сигурно по цял ден ви се налага да четете.

Колкото и да сме различни, да идваме от различни места, да имаме различни интереси, това, което ни обединява, е любовта към книгите. Четенето (в повечето случаи) е най-малкият ни проблем. Разбира се, винаги го има онзи предмет с най-скучния материал, с най-дебелите учебници, които са повече наказание, отколкото четиво. Но за наше щастие, специалността „Книгоиздаване“ е много повече от зубрене и суха теория.

В сравнение с някои други специалности в нашия университет, „Книгоиздаване“ предлага повече практика. Почти всички колеги във ФЖМК намират много бързо стажантски програми и дори работа в желаното от тях поле още през втората година. Гъвкавата и в същото време разнообразна програма е идеална за ранна реализация или проучване на трудовото поле. Не се налага да чакаме дипломирането, за да се отдадем на желания от нас занаят. А и на кой студент не му се е случвало да чете по цял ден? Да ти се налага и да го искаш са две различни неща, все пак.

Специалността „Книгоиздаване“ като че ли няма толкова добра слава. Дали защото не е особено известна, дали защото някои не я приемат сериозно или пък защото мнозина я намират ненужна и „измислена“.



Сигурно повечето от нас помнят отрицателните коментари, които се предаваха от уста на уста по време на проучването, а след това и кандидатстването във факултета. Дълъг е списъкът с безпочвените критики. Но, разбира се, винаги се появяваха и онези няколко позитивни мнения за това колко е интересна и „шарена“ програмата, колко много обогатява общата култура, а вече споменах и за всички възможности, идващи с нея.

Специалността набира заслужената си популярност. На всеки, който пита *Книго-какво?*, се пада и по един, който казва *Уау, това звучи супер интересно?! Така че, мисля, ще е честно да отговорим и на няколко по-различни въпроса и мнения.*

С реклама на книги ли се занимавате?

Да, това е едно от нещата, които изучаваме. Маркетинг, проучвания на пазара, таргет аудитория, организация, структура. Да не забравяме, разбира се, и онлайн присъствието. Средата е много динамична, затова ни подготвят за един непредсказуем и постоянноменящ се пазар.

Какво правите? Ревюта, редакция, продажба?

По малко или много от всичко! Книгоиздаването, за наше щастие, е много общо понятие и затова събира всяка нишка в целия процес на книготърговията, а и на медиите, които без съмнение са пряко свързани с него.

Обсъждаме книги, да, но също така говорим и за подходи, събития и реклама. Занимаваме се и с редакторска работа, още в първи курс имахме удоволствието да се запознаем с тънкостите на редактирането и да се срещнем с големи имена в бранша, които ни запознаха с бизнеса от различен ъгъл. Във втори курс имахме възможността да приложим вече придобитите знания на практика, да разберем, че все още има много за учене и да поправим грешките си.



Имате доста различни предмети, това е супер! Не скучаете, май?

Никак даже! Първо, нека се вземе предвид, че теоретичната част е неизбежна. Затова е време да спомена за пореден път за всички интересни дисциплини, които изучаваме, и идеи, които разглеждаме.

Снимаме, илюстрираме, дискутираме, правим неща, за които даже не сме мислели, че ще ни се налага. Занимания, които ни карат да излезем от нашата зона на комфорт, едно от най-важните предизвикателства в живота на всеки студент.

Самият факт, че в момента четете този текст, е достатъчен да покаже нагледно с какво се занимаваме в тази специалност. Не мисля, че ако преди няколко години на всеки от нас му бе казано, че във втори курс в университета ще трябва да напише книга, да я редактира, да отговаря за всичко свързано с предпечатата, да я промотира и накрая да я издаде, някой щеше да повярва.

Предполагам, средата, в която учите, е много приятна – книги, култура, такива неща?

Няма как да сте по-правни. Имаме късмета да учим с хора, споделящи същите или подобни виждания и интереси. Хора, които обичат книгите, литературата и изкуството. Средата, в която се намираме, е изключително важна да се чувстваме добре и разбрани.

Преподавателите също допринасят много. Всички са мотивирани, активни, заредени с иновативни идеи, пълни с енергия, и – най-важното – винаги се притичат на помощ.

Какво те насочи към тази специалност?

Отговорите са различни. Вероятно всеки има една причина, която споделя на хората, и една тайна мотивация, която пази за себе си.



Но да избереш „Книгоиздаване“ не е много трудно решение. Това значи да се спреш на нещо различно, което буди интерес в стотици различни посоки и може да ти даде увереност, знания, умения и трайни приятелства.

Записах тази специалност, защото няма нищо по-красиво от изкуството. А не са ли книгите най-голямото изкуство?

Това звучи като нещо, което заслужава да се учи. Що за хора го записват?

Ако обичаш книгите, литературата, както и да пишеш, да създаваш, да работиш и „ошлайфаш“ проекти, да влагаш душа и сърце в думите, изписани на листа, и във всичко, което идва след тях, „Книгоиздаване“ е за теб.

Хората, които биха били твои колеги, са също толкова интересни, пълни с идеи и желание за знания като теб. Ще се запознаеш с хора, с които ще обсъждате задачи, събития и изкуство. Ще бъдеш в една вдъхновяваща среда, изпълнена с млади и амбициозни хора, които ще мотивират и теб. Ще работите заедно върху големи проекти като този, който четеш в момента, и когато е готов, ще бъдете на седмото небе от щастие.

Нека всяка дума, написана тук, бъде приета с усмивка, защото целта на текста е да развесели. Всички гореспоменати въпроси са задавани от реални хора, в реални събития в живота на студентите по „измислената“ специалност „Книгоиздаване“. Нека това не е повод за някого да се обиди, а вместо това да го приеме като шанс да научи нещо ново.

Специалността „Книгоиздаване“ не е за всеки. Винаги ще има хора, които ще оставят лошите слухове да попречат на избора им. Но ще има и такива, които оставят чуждото



мнение настрана и поемат по свой път. Те ще бъдат доста приятно изненадани.

Най-младото академично поле във ФЖМК е за всеки, който иска да се впусне в това приключение. За всеки, който го изживява ежедневно и, разбира се, за всеки, който е имал късмета да се докосне до тази книга, възможна заради усиления труд на студентите по книгоиздаване.



Моника Антонова

Мотивацията да станеш издател

Всички си спомняме как мечтаехме като деца. Момиченцата тичахме при майките си и казвахме въодушевени, че като пораснем ще станем принцеси, а пък момченцата – космонавти или супергерои. Е, с времето разбиранията малко се променят и не става точно така, както сме очаквали. Постепенно разбираме, че да си принцеса далеч не е същото като в приказките, а пък да си супергерой е много по-трудна задача, отколкото сме си представяли.

Забързаното и изморително ежедневие на XXI век не оставя много място за радост у обикновения човек. Особено за този, който не работи в желаната професия. Не знам коя е мечтаната работа за вас, но ако сте от хората, които все още обичат да си припомнят детството и тайничко си мечтаят да са приказни герои, има професия, която може да ги направи щастливи и да ги пренесе за малко в друг свят. За тези от вас, които обичат да четат книги и това ги кара да се измъкнат от реалността, има професия, която може да направи нелекото ежедневие малко по-приятно, а дори и доходоносно. Ето така през 2016 г., все още не толкова добре ориентирана, но мисляща за бъдещето, реших, че ще уча в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Желанието ми беше да вляза във Факултета по журналистика и масова комуника-

ция и така стана. Разбира се, подготовката за изпита не беше обичайното четене по цял ден на теория или пък ходене на различни уроци. Става въпрос за гледането и следенето на новини и предавания, които също дават информация за актуалните събития. Е, да се върнем на самия изпит. Той се състоеше от две части, първата част беше писмена – тема, по която да пишеш и, ако успееш да получиш минимум 3,50 на тази част, да те допуснат до втората – устния изпит. Той се провежда в Ректората на Софийския университет – теглят се имената на няколко човека, след което те отиват в определените зали, където чака журито от трима изпитващи. След като се добереш до определената свободна зала при журито, има два въпроса, на които трябва да отговориш. Те са свързани с актуалните новини и най-нашумелите събития за последната година, последния месец, седмица или даже ден. Дори и да не бях приета по първото си желание, смятам, че късметът беше на моя страна. И ето ме сега – втори курс студентка в специалността „Книгоиздаване“, съчетаваща и трите възможности от факултета в едно.

За да открия мотивите за желанието да бъдеш издател, разговарях с няколко момичета от първи курс на тази специалност.

Най-напред се срещнах с Полина Валентинова, която е щастлива да бъде студентка по книгоиздаване в този факултет и в този университет. Тя иска да издава детски книжки и е била сигурна в избора на тази специалност. Да си писател е интригуваща, вълнуваща и вълшебна професия. Особено ако искаш да твориш за детската аудитория. Преди обаче да разбере със сигурност какво желае да учи, е мислела да следва мениджмънт на туризма в Холандия. Заради това свое желание е изкарала сертификат за владеене на английски език. В дванадесети клас се е ориентирала към книгоиздаването, тъй като обича да чете книги и да пише. Сподели също страха си, свързан с трудната реализация в България в тази сфе-



ра. Стигнала е до това заключение чрез четене на форуми, свързала се е със студенти, вече завършили книгоиздаване, които били скептично настроени към развитието и „проби-ването“ в тази професия. Каза нещо, което и според мен е много вярно: *Не можеш да се научиш на писане, самото писане идва с четенето на различни автори.* Тоест, според нея вдъхновението идва от книгите. И така разговорът ни продължи...

Подготовката за изпита

Поли: Започнах да чета страшно много вестници и бях убедена, че ще се падне нещо за изборите. Когато дойде дългоочакваният ден, почти бях познала – темата беше „Лесни пари“. В този момент започнаха да ми минават всички новини през главата и в продължение на 15 минути не знаех как да започна, докато не реших да напиша разказ. Есето ми беше разделено на три части, като първата представляваше разказ за едно момче от малък град, което кандидатства журналистика и е един от най-умните ученици. Толкова е умен, че сякаш мястото му не е в малкия град. При явяването на изпита му се пада темата „Лесни пари“ и с нея го приемат в тази специалност. След това минават четири години и не може да си намери работа, а след още четири е още по-отчаян и решава да се занимава с политика. Но в един момент става много корумпиран и започва да изкарва лесни пари, но не по честен начин. Във втората развих самата тема – за това какво са лесните пари. Всъщност лесни пари се изкарват единствено ако работиш това, което обичаш да правиш. Лесните пари не са изкараните чрез корупцията, а чрез това, което обичаш. Малко е клиширано, но точно заради това според мен е вярно. И горе-долу това ми беше тезата и по този начин ме приеха. Оценката ми беше 5,25. След това се явих и на втория писмен изпит, на който изкарах 5,00. Темата беше „Дишай“ и по нея написах как не можеш да дишаш нито в големия град, нито в малкия град, нито в Европа и на-



края на света. Един вид метафорично не можеш да дишаш никъде, защото тогава точно имаше заплахата от тероризъм. И накрая дойде устният изпит, на който се справих отлично. Темите, които ми се паднаха, бяха „Тероризмът и фалшивите новини“. Бях доста изморена, защото пътувах през нощта от родния си град, не спях и четох вестници и новини до последно, дори и докато чаках пред Ректората. Бях много притеснена, тъй като се изразявам по-добре писмено, отколкото устно. Чаках цял ден и едва на обяд ме извикаха. Когато изпитът започна, ме попитаха „Каква е причината според теб за войните в Близкия изток?“ Отговорих, че причината за всяка една война е икономическа, а те отвърнаха: „Много ти благодарям“ и така ми остана само една тема, по която да говоря. Попитаха ме защо не съм избрала журналистика, тъй като според тях трябва да вляза там, а аз отвърнах: „Не! Книгоиздаване!“ След това ме поздравиха за този избор. Тази тяхна реакция ме успокои. Влязох първа в специалността. Беше неочаквано и много се зарадвах.

Изборът между чужбина и България – на кръстопът

Поли: Отказах се от чужбина, защото разбрах, че това не е за мен. Познавам хора, които учат там, и специалностите, които са избрали, са икономически. Чак в 12-и клас разбрах, че това не е за мен. Може би едва тогава се замислих с какво наистина искам да се занимавам и какво ми доставя удоволствие. Започнах да разглеждам различни възможности, мислех си за българска филология, но исках да се занимавам точно с книги и тяхното издаване. Българската филология не съвпаднаше с желанието ми и съвсем случайно попаднах на специалността „Книгоиздаване“, която определено беше за мен. Чудих се между ученето на тази специалност в София и Велико Търново, но в крайна сметка реших, че столицата дава по-голяма възможност за развитие. За мен София е мястото, където всеки, независи-



мо в каква сфера иска да работи, може да успее. Също така мисля, че никъде другаде в България няма повече издателства. Заради реализацията избрах да уча в Софийския университет и тук се чувствам точно на мястото си. Винаги съм била малко странна, малко над нещата, малко извън рамката. Моите приятели не са се интересували от книги, от изкуството, докато за мен това е едно от най важните неща в моя живот. Няма нищо друго, което да ме интересува толкова, колкото литературата.

Очаквания и впечатления досега във ФЖМК

Поли: Много харесвам това, което учим. Като цяло още сме в началото и сега полагаме основите. Историята ми е доста интересна, което е леко странно за самата мен... Харесва ми, че самата преподавателка ни обяснява много неща, кара ни да пишем постоянно, а това е много полезно. За нашата професия, и като цяло в сферата на медиите, е важно човек да може да се изразява писмено. В този аспект е важна и граматиката, въпреки че тя никога не ми е била любима, в който и да е език. В един език са ми интересни различните начини на изразяване и затова обичам да чета, но за граматиката мисля, че е най-трудната част. Относно езика, записах английски. Преподавателката беше много учудена, тъй като имам сертификат С2, но според мен, ако спреш да практикуваш един чужд език, с времето го забравяш. Друго, което забелязах в този факултет е, че всички очакват да пишеш кратко – да кажеш много неща с малко думи, което понякога ме затруднява, но всъщност е полезно.

Мнението за задачата ни, свързана с писането на книга

Поли: За тема не съм се замисляла, но още на първия учебен ден ни подариха книгите на предишните два курса, направени от студенти от тази специалност и много се за-



радвах. Забелязвам, че това е много обширна специалност. Съчетава в себе си от журналистика, пиар и от книгоиздаване. Много хора ме питат защо съм в тази специалност, след като имам толкова висок бал, но аз смятам, че мястото ми е точно тук. Според мен това е най хубавата специалност и никога не съм се и замисляла за запиша друго.

Поглед към бъдещето

Поли: Искам да работя в издателство. Това осъзнах в 11-и – 12-и клас. Откакто ми мина тази идея през главата, не мога да се отърся от нея. Знам, че ще е трудно, и виждам, че няма работа, че издателствата в България са малки, но не смятам да се отказвам. Мечтата ми е да си имам собствено издателство. Искам сама да подбирам литературата, като засега ми е интересно детското книгоиздаване и според мен в него има бъдеще. Това е доста трудна сфера на книгоиздаването, защото книгите за деца трябва да се харесат първо на родителите, да минат през тяхното одобрение и след това вече да стигнат до децата. Когато една майка купува книга за детето си, гледа да и хареса първо визуално, а след това и самия текст. Това е много трудно предизвикателство, с което бих желала да се справя. Дори помолих курсовата ми работа да е свързана с детски вестник. Макар вече да не чета детски книги и да не съм изцяло запозната с този жанр, смятам, че ще имам времето и желанието, когато стана малко по-опитна, да опозная този вид книгоиздаване.

Вдъхновява ме мисълта да карам младите да четат. Първите книги, които съм чела, са „Хари Потър“ и „Пипи Дългото чорапче“. Може би точно „Хари Потър“ ме накара да започна да чета. На 10-11 години вече бях прочела първа част. И ми се иска някой ден, дори и с една малка книжка, да успее да вдъхновя дете да чете и, ако го постигна, значи съм си свършила работата. Интересувам се още от дизайна и популяризирането на книгите.



Предстоящият стаж

Поли: Замисляла съм се за това и в момента ми се отваря възможност да карам стаж в списание за красота. Относно стаж в издателство – бих предпочела да е малко издателство, защото ще ми даде повече информация и ще успея да върша повече работа, отколкото в голямо. Смятам да изкарам стажа в София, а не в родния си град.

Писател или издател?

Поли: Писането е хоби и е нещо много лично. Аз по принцип пиша, когато съм в лошо настроение, когато съм под стрес или пък съм тъжна, нещо като депресия. Това ме успокоява, защото мога да излея абсолютно всички свои чувства. Наскоро имах един такъв момент и седнах и писах и, както обикновено, настроението ми се оправи. За мен писането е нещо като терапия. Не е нещо, което искам да ме учат или да ми се преподава. Затова и казах, че не мисля, че някой може да те научи да пишеш. То просто ти идва отвътре – емоция, която искаш да изразиш. Замисляла съм се да пиша книги, но предпочитам да работя с хора, които пишат, защото за мен те са много специални. Искрено искам да работя с писатели и да се обогатявам по този начин. Тази професия може да не е много разпространена, но въпреки ниското заплащане си заслужава, ако наистина искаш да се занимаваш с това.

Непознатата специалност

Поли: Винаги, когато отговоря на въпроса какво уча, ми задават въпроса *Ти в книжарница ли ще работиш?* и аз пояснявам, че няма да работя в книжарница, а в издателство. На хората не им е ясно в какво се състои точно тази професия. Мисля, че в момента има бум в книгоиздаването. Сякаш стана много модерно да се чете. Не е модерно да си глупав, а да си умен и да четеш... В следващите разговори



изникнаха малко по-различни мнения и представи за тази професия. Ето какво споделиха първокурсничките Мартина Деведжиева, Йоана Иванова, Ивана Станчева и Петя Корчева.

Желанието да учиш книгоиздаване

Мартина: Това беше първото ми желание. Като малка исках да уча журналистика, но учител от гимназията ме разколеба и ме посъветва да запиша книгоиздаване. Има по-голямо поле за развитие. Засега специалността ми харесва – има интересни, и не чак толкова интригуващи неща.

Йоана: „Журналистика“ беше първото ми желание, а не „Книгоиздаване“. Преди да започнем, мислех да презапиша, но след началото на учебния процес размислих, защото тази специалност ми допада повече. Предполагам, че в журналистиката прекалено много наблягат на политиката, а в книгоиздаването ни насърчават да се интересуваме от всякаква култура. А точно това исках – да научавам повече неща в тази сфера.

Ивана: Първото ми желание беше „Журналистика“, след това – „Връзки с обществеността“, но накрая ме приеха „Книгоиздаване“. Приемам го като съдба.

Петя: Книгоиздаването беше третото ми желание. Въпреки това съм доволна. Мисля, че то дава повече възможности от журналистиката.

Работа и стажове

Мартина: Не бих искала стажът ми да бъде като продавач-консултант в книжарница. Бих желала, ако е възможно, да изкарам стаж в някое издателство. Би могло и да е в някое списание, независимо какво, просто за да разбере как протича целият работен процес.

Ивана: Искам да си изкарам стаж в редакция, тъй като това е посоката, която съм избрала. Нямам предпочитания



за издателство. Относно работата ми в бъдеще, искам да се занимавам с писане, независимо дали на статии или книги.

Петя: Бих искала да изкарам стаж първо в телевизията, на второ място в някаква редакция. Искам да се развивам в сферата на телевизията. Представям си някой ден да съм водеца на предаване.

Направих и онлайн допитване до колегите от първи курс. Ето как се разпределят отговорите на въпроса ми кое е било първото им желание при кандидатстването в нашия факултет:

- Журналистика: 8
- Връзки с обществеността: 6
- Книгоиздаване: 5

Вторият ми въпрос беше дали специалността им допада и имат ли намерение да се запишат в друга. Ето разпределението на трите възможни отговора:

- Да, харесва ми и няма да презапишам: 13
- Допада ми, но се колебая дали да остана в нея: 4
- Не, не ми харесва и искам да презапиша: 0

Никой не може да сбъдне мечтите си, без да бъде мотивиран. Независимо дали мотивацията ще дойде от близък човек, от страничен наблюдател или от самите нас, всеки трябва да вярва, че рано или късно ще намери своето призвание. Почти никой от колегите ми не е очаквал, че професията, която не е сред най-разпространените у нас, ще бъде толкова интригуваща. Затова мога спокойно да се обърна към бъдещите си колеги: дори и случайно да попаднете в тази специалност, бъдете сигурни, че няма да съжалявате!

Анна-Мария Георгиева

Книгомечтатели

След като завършат средното си образование, много млади хора се изправят пред въпроса дали да продължат да учат. С безброй колебания, натоварени с надежди, голяма доза любов към книгите и любопитство, част от кандидат-студентите се насочват към специалността „Книгоиздаване“ във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“. Специалност, събираща в себе си по малко от всичко, която изисква много търпение и ентусиазъм. Според официалната квалификационна характеристика студентите по книгоиздаване *получават базисни знания в областта на социалните науки, филологиите, медиите и масовата комуникация, а също така задълбочени познания и умения в областта на книгоиздаването, на цялостния редакционен и комуникативен процес.*¹

Част от тези студенти сме и ние – студентите по книгоиздаване от втори курс. За да разберем колко са искали да

¹ СУ „Св. Климент Охридски“. Квалификационна характеристика – Книгоиздаване, редовно обучение, 26 април 2016. Достъпно на: <https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/fakultet_po_zhurnalistika_i_masova_komunikaciya/specialnosti/bakalav_rski_programi/fakultet_po_zhurnalistika_i_masova_komunikaciya/knigoizdavane>



учат точно тази специалност, доволни ли са от обучението и смятат ли след завършването да продължат да работят по професията, колегите ми се съгласиха да попълнят анкета с тези и още няколко въпроса.

Някои от отговорите могат да се представят ясно с графика, докато други, поради същността си и словоохотливостта на колегите, не могат.

Ето обобщението на първия въпрос:

1. „Книгоиздаване“ ли беше първото желание, което записахте?

Да: 54%

Не: 46%

Това, което свързва всички, които учат книгоиздаване, е любовта към книгите. Любопитството как една книга преминава през целия процес от ръкописа на автора до завършения си вариант в ръцете на читателя, а по-късно и в личната му библиотека. Всеки е стигнал по свой уникален път до решението, че книгоиздаването е неговото място, че иска да се развива в тази сфера.

Независимо дали ни привлича различният свят, до който малко хора могат да се докоснат, съветът на наш приятел, завършил специалността, желанието да накараме друг човек да започне да чете или комплексността на специалността и широкият мащаб от знания, които предлага, всеки, който я е записал, навярно крие в себе си онова малко дете, което се радва на книжките с приказки с пъстри картинки.

Отговорите на въпроса „Какво те подтикна да учиш „Книгоиздаване“?“ най-често бяха:

- Любовта към книгите. За мен няма друго, което бих искала да уча.
- Обичам книгите и искам да знам как се правят.
- Да откриеш себе си там, където не си предполагал.



- Винаги съм искала да се занимавам с книги. Реших, че е по-добро решение да ги издавам, отколкото да ги разпространявам.

- Любовта ми към четенето и книгите, а и възможността да се реализирам в тази сфера.

- Страстта към книгите и интересът към професиите, свързани с тях.

Специалността не е особено популярна. Затова хората, които искат да разберат какво точно се изучава в нея, задават разнообразни въпроси. Някои предизвикват смях, други пък навяват мъничко тъга. Никой, избрал тази специалност, не се стреми да работи в библиотека (макар че, честно казано, някои от нас не биха отказали). Най-често задаваните въпроси, които могат да бъдат отправени към студент по книгоиздаване:

- Ама какво е това?
- Ти в библиотека ли ще работиш?
- Книги ли ще пишеш?
- За библиотекарка ли учиш?
- Учебници ли ще пишеш?
- Писател ли ще ставаш?
- Ама това към Библиотечно-информационния университет ли е?
- Книго-какво?
- Можеш ли да ми издадеш книгата?

Следващият въпрос цели да покаже доколко студентите са доволни от обучението. Повечето смятат, че то има нужда от обновление, баланс между предметите и, макар че ние сме едва втори курс, малко повече практика. Едновременно с това никой от нас не може да се оплаче от знанията, които получава. За да бъде човек добър в професията си, трябва да има здрава основа от познания в различните и сфери. По-долу е представен процентът на студентите, до-



волни от обучението, и на тези, които смятат, че му трябва още малко, за да е напълно удовлетворяващо.

2. Обучението оправдава ли очакванията?

Да, напълно: 46%

Не, има още какво да се желае: 54%

Двата последни въпроса са представени заедно, тъй като са свързани с реализацията и са неделими един от друг. Те засягат бъдещето – как всеки от анкетиранияте колеги вижда себе си след време и какъв би искал да бъде. Няма как да се разбере дали желанията ще станат реалност, освен ако не погледнем в бъдещето или не изчакаме търпеливо да се сбъднат.

Единият въпрос се отнася до това **колко от студентите биха искали да работят по специалността след дипломирането си**. Желаящите да работят в сферата на книгоиздаването са много повече от хората, които биха желали да работят нещо различно.

3. Смятате ли да работите по специалността, след като завършите?

Да: 87%

Не: 13%

Логично следва въпросът **като какви биха искали да се реализират в книгоиздателския бизнес**. Поради същността си и различните интереси на студентите, този въпрос събра най-различни отговори. А и възможностите за реализация след завършване на тази специалност не са никак малко. Най-голяма част от студентите биха искали да се занимават с редакторска или коректорска дейност, маркетинг и дизайн. Някои проявяват интерес да имат свое издателство, да бъдат литературни агенти, да издават учебна литература или самите те да станат писатели.



Няма значение дали е записана като първо желание или си попаднал в нея, без да си имал предварително намерение да я изучаваш: тази специалност е като пръчките на Оливандър от прочутата поредица на Дж. К. Роулинг за Хари Потър – тя сама те избира, решила, че имаш в себе си достатъчно сила и кураж да се гмурнеш в дебрите на книгоиздаването. Онова неопределено чувство в края на средното ни образование се е трансформирало в целенасоченост и идея, показвайки ни пътя към Факултета по журналистика и масова комуникация, давайки ни различен поглед към най-старата медия – книгата. Две години по-късно вече спокойно можем да кажем, че гледаме на книгата не само като читатели и хора, обичащи книгите. Научихме се да се заглеждаме в изработката, в малките детайли – от дизайна на корицата през подвързията на книгата до издателското каре на последната страница. Креативността, писането и четенето, рисуването и създаването на светове, различни от нашия, любопитството и надеждите ни за по-добро книгоиздаване, мечтите ни за реализацията по специалността – всичко това ни обединява и ни помага да се справим с трудностите в обучението. В него може да има празноти, но предимствата са много повече. Обучение, даващо ни знания за историята на книгата, за литературата – както чуждестранна, така и българска, и за много от уменията, които ние като бъдещи издатели трябва да усвоим.



Паолина Лефтерова

Мисията (не)възможна?

Здравей, скъпи читателю! Сигурно и ти все някога си бил на кръстопът, без да знаеш накъде да поемеш? Сърцето ти казва едно, но всички около теб се опитват да те убедят, че изборът ти не е правилен и един ден ще съжаляваш? Чувал ли си думите *С това няма да стигнеш никъде* или *Така не се изкарват пари*? Предлагам ти да проследиш пътя, който аз и други ентузиазирани колеги сме избрали, и който, въпреки предизвикателствата и трудностите, с гордост и удоволствие ще извървим.

Избери нещо, което ще ти доставя удоволствие да работиш. Това е един от най-ценните съвети, които моята майка ми е давала някога. Винаги съм смятала, че е изключително важно да харесваш професията, към която си се насочил. Още преди да реша какво точно ще е бъдещото ми поприще, знаех, че трябва да бъде нещо, на което с радост ще отдам сърцето и душата си. Ето защо бях толкова щастлива, когато разбрах, че съм приета да уча книгоиздаване във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Това беше първата крачка към осъществяването на желанието ми един ден да имам собствено издателство и да бъда

посредник между талантиливи писатели и жадните за нови книжни светове читатели. Честно казано, изобщо нямах идея в какво се забърквам и пътят, който ми предстоеше да измина, беше като обгърнат в мъгла. Знаех какво искам, но не подозирах какво ще получа. Важното беше, че имах цел и посока.

Може би и ти таиш безкрайна любов към книгите в себе си? Искаш ли да разбереш нещо повече за възможностите и изборите, пред които ще трябва да се изправиш, ако се впуснеш в предизвикателството да бъдеш студент по книгоиздаване? Нека те предупредя, че не всичко, което прочетеш, може да ти хареса. Все пак дори най-красивата роза има бодли.

За да покажа една по-голяма и по-цветна картина, реших да проведя анкета със студентите от четвърти курс на випуск 2018, специалност „Книгоиздаване“. Поисках тяхната помощ, за да можеш да усетиш тяхната решимост и мотивация за реализация след четири години, прекарани във ФЖМК. Все още ли си тук? Добре. Настани се удобно в любимото си кътче и нека най-накрая да започваме. Ето въпросите, които зададох на колегите, които са на прага на професията.

Каква искате да е вашата реализация след дипломирането?

Отговорите бяха най-разнообразни. Преобладаваха студентите, избрали да се развиват в книгоиздателското поле, журналистиката и връзките с обществеността. Не липсваха обаче и хора, отказали се да вървят по пътя на книгоиздаването.

Като човек, твърдо решен някой ден да има собствено издателство, не харесах отговорите на тези, които се бяха отказали от призванието да бъдеш книгоиздател. Но в края на нашия тунел все пак има светлина. Процентът на хората,



които желаят да се развият в нашата област, преобладаващите. Мнозинството не се е отказало от книгите.

Имате ли вече професионален опит в сферата на книгоиздаването?

Защото това е, което всички искаме. Един ден, след като обучението ни приключи, да си намерим работа в сферата, която сме изучавали толкова години. След всички усилия и преमेждия, завършващите студенти искат да видят положителен резултат. И желанието им е това да се случи бързо и лесно, бих добавила.

По-голямата част от анкетиранияте студенти (78%) посочиха, че към днешна дата не работят в областта на книгоиздаването. Докато останалата част потвърди, че работата им е свързана именно с това поле.

Ще попиташ ли защо разликата е толкова голяма? Причините са безброй много и различни. Много от работодателите в която и да е област предпочитат специалисти с вече натрупан опит и тези, които тепърва ще навлизат в работната среда, често са пренебрегвани. Причини има още много. Обезсърчаване и отказване от бранша, поява на интерес към друга област. Но възможности съществуват и с достатъчно упоритост и постоянство всичко се постига.

Кандидатствали ли сте вече за работа в издателство?

Тук процентите показват точно обратното. По-голямата част от анкетиранияте студенти (78%) са заявили, че вече са кандидатствали за работа в издателство. Прекрасен и вдъхновяващ резултат.

Обнадежди ли се вече, читателю? Това показва, че въпреки всичко младите хора, които сега завършват своето образование, имат надежди и цели, които са свързани с книгоиздаването и искат да се развият именно в тази област.



Смятате ли, че реализацията в книгоиздателския бизнес е трудна?

Трудностите правят постигането на желаната цел още по-удовлетворяващо, нали? Голяма част от анкетиранияте (67%), на които предстои само след няколко месеца да излязат на пазара на труда, смятат, че ще е трудно да се реализират в книгоиздателския бизнес. Останалите са или на противоположното мнение, или изобщо не са опитвали да търсят изява на книгоиздателската сцена. Сега ще повтора едно клише – за да получиш нещо, първо трябва да го поискаш и да се потрудиш за него. Без да вложим усилия и старание, мечтаната работа като книгоиздатели няма да дойде сама при нас.

Според вас факултетът помага ли на студентите за провеждането на стажовете?

Важен момент за всеки студент, избрал да завърши книгоиздаване или някоя от другите две специалности на факултета („Журналистика“ и „Връзки с обществеността“), е намирането на място за провеждане на задължителния летен стаж. Това е чудесна възможност за да се получи начален опит и да се създадат познания, които по-късно да помогнат при търсене на работа. Чудесно е да изкараш лятна практика и да видиш с очите си същинската работа в издателство, печатница или дори книжарница, да се убедиш, че всичко дотук си е струвало. На пръв поглед звучи много добре, нали? Но и тук има спънки за студентите. Половината от анкетиранияте бъдещи книгоиздатели са на мнение, че нашият факултет не помага на своите студенти относно стажовете.

Имате ли препоръки към факултетното ръководство за подобряването на студентските практики?

Да организират повече разговори, публични дискусии и всякакви форми на комуникация между студентите и бъдещите



работодатели – това е един от отговорите. Повечето анкетирани също мислят, че ръководството на факултета трябва да промени политиката си спрямо осъществяването на контактите между студенти и професионалисти от книгоиздателския бранш.

Мислите ли, че факултетът създава контакти за реализация след дипломиране?

Няма студент, който да откаже помощ при намирането на място, на което да се реализира след дългоочакваното дипломиране. Дали обаче администрацията осигурява допълнителни контакти? Мнозинството от анкетираните студенти (67%) са на мнение, че факултетът не предоставя помощ на своите студенти в тази област. Може би ти се струва, че тази статистика е тъжна? Това е обаче нещо, което студентите могат да се опитат с общи усилия да променят.

Успя ли да стигнеш дотук, читателю? Добре. Благодаря ти за вниманието. Щом си прочел всичко, значи вече имаш представа за мисията, която поема всеки от студентите по книгоиздаване. Струва ли ти се, че тази мисия е невъзможна? Не? Значи е точно обратното – ти си като мен и повечето от анкетираните колеги от четвърти курс, и затова трудностите и изпитанията те амбицират още повече? Щом е така, те поздравявам за упоритостта! Веднъж ми казаха, че е най-добре човек да превръща мечтите си в цели, защото мечтите могат да бъдат забравени с времето, докато целите се преследват и могат да бъдат постигнати.

Вярвам, че всички мои настоящи и бъдещи колеги ще преследват своите цели и съм сигурна, че ще достигнат върховете на българското книгоиздаване!

Петя Банкова А сега накъде?

Когато сме деца, много често ни задават въпроса какви искаме да станем, когато пораснем. Когато станем по-големи, вече не се налага някой да ни пита, защото ние сами започваме да си задаваме този въпрос. Понякога намираме конкретен отговор, а друг път – не. Ако имаме късмет, започваме да работим точно това, което сме искали, и ставаме такива, каквито сме мечтали да бъдем като малки.

Често може да останем разочаровани от това, че не сме намерили работа веднага след завършване на висше образование или че сме намерили, но не това, което сме очаквали. Всяка специалност има така наречената квалификационна характеристика, в която са изброени компетенциите и възможностите за реализация след успешното и завършване. За специалност „Книгоиздаване“ тази характеристика гласи следното:

Възможности за реализация: Такава комплексна подготовка в една интердисциплинарна специалност като „Книгоиздаване“ дава възможност на завършилите бакалавърска степен да намерят професионална реализация в държавните културни учреждения, да се утвърждават на различни позиции в книгоиздателски и книгоразпространителски фирми, както и в медии с културна насоченост, в изследователски институти, неправителствени

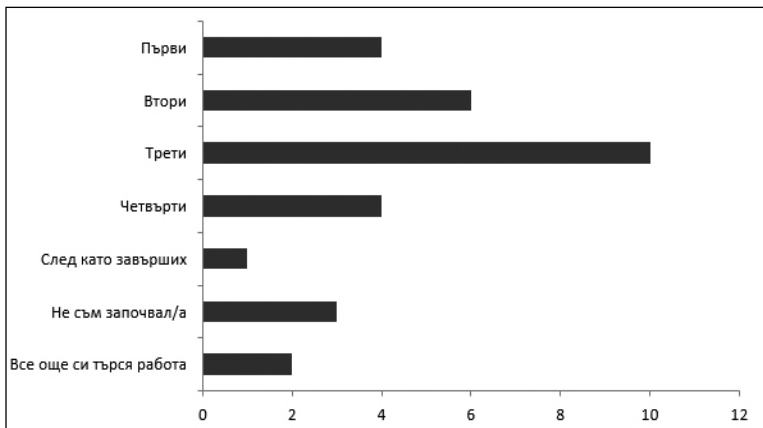


организации и фондации, а също така да продължат обучението си в по-високите образователни степени „магистър“ и „доктор“ в България и в чужбина.

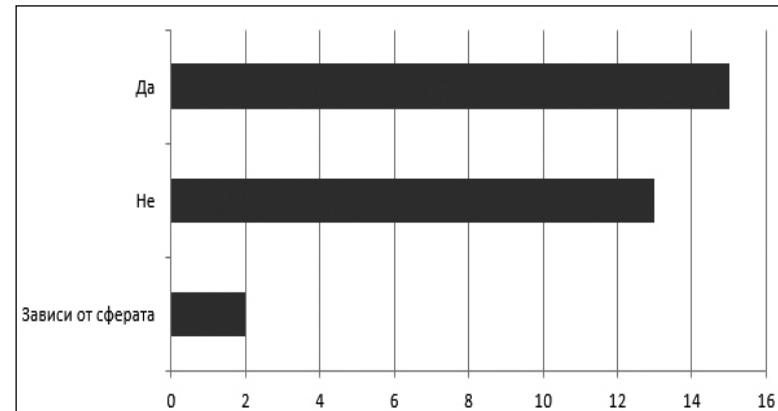
Иначе казано – възможностите са много и работа дебне отвсякъде. Тук се появяват обаче и милиони други варианти, свързани с това да работите нещо, различно от образованието ви, но пък да се окаже по-интересно. Естествено, никой няма право да ви съди за това с какво сте решили да се занимавате, защото в крайна сметка вашият избор се отнася най-вече за вас самите. За да проследя по кой път са поели завършилите книгоиздаване колеги от випуски 2016 и 2017, ги помолих да попълнят анкета, състояща се от 7 въпроса. Тук е моментът да благодаря на тези от тях, които отделиха от времето си и откликнаха на молбата ми. Общият брой на отговорилите е 30, като за 6 от общо 7 въпроса има изготвени графики, с помощта на които да илюстрирам и обобща събраната информация. Нека уточня и към кой випуск принадлежат анкетираниите: 10 от 2016 и 20 от 2017.

Ето въпросите от анкетата:

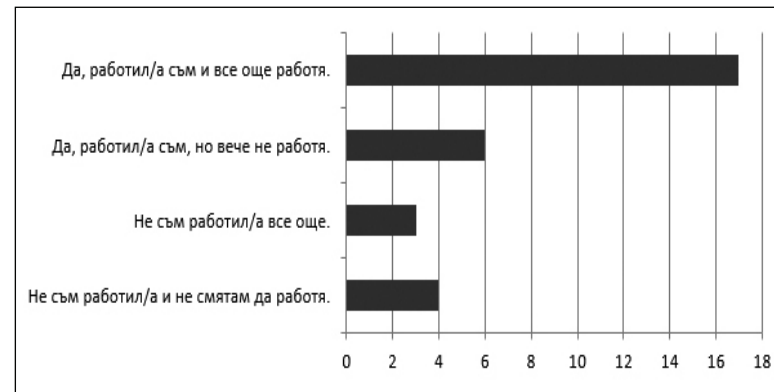
1. В кой курс започнахте да работите нещо, свързано със специалността?



2. Фактът, че сте завършили ФЖМК, направи ли намирането на работа по-лесно за Вас?

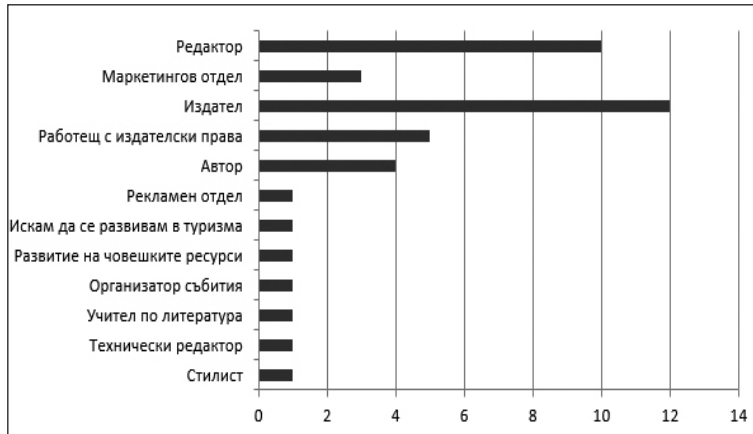


3. Работили ли сте по специалността, която сте завършили?

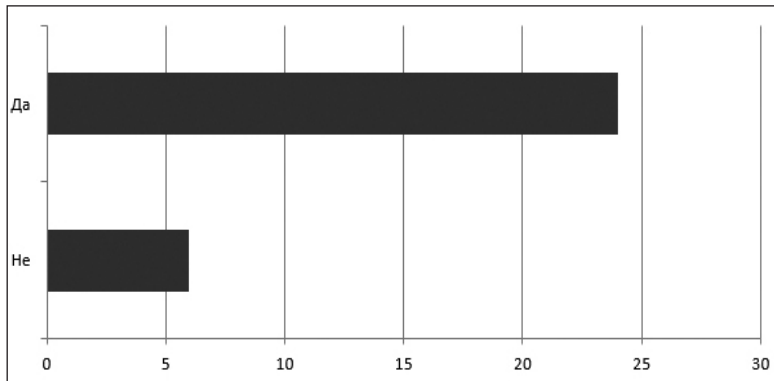




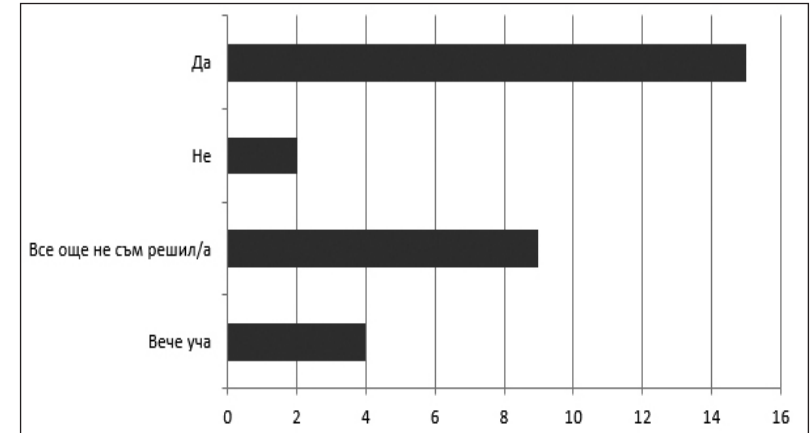
4. Бих искал/а да се реализирам в/като:



5. Бързо ли си намерихте работа, след като завършихте?



6. Смятате ли да продължите образованието си с магистратура?



7. Какво работите в момента?

Този въпрос е оставен без графика, тъй като той съдържа най-много и разнообразни отговори и сам по себе си е илюстрация на това, което споменахме по-горе в текста – има много възможности за реализация в най-различни сфери.

Голяма част от отговорите са свързани със завършената от студента специалност или близка до нея такава (например „Журналистика“ или „Връзки с обществеността“). Именно тези отговори показват, че образованието, което получаваме във Факултета по журналистика и масова комуникация, е качествено и придобитите знания служат много добре на колегите, проявили се вече като работни кадри.

Разбира се, няма нищо лошо в това да придобием опит и в друга сфера освен в тази, с която е свързано образованието ни. Затова искам да споделя някои отговори, които ми се



струват интересни и нестандартни. Те са доказателство, че никога не е късно да преследваме мечтите си, да поемем в друга посока и да започнем на чисто.

Занимавам се с хотелиерство; Работа като стилист във фризьорски салон; Организатор на семинари в област „Образование“.

Най-многобройни (18) са отговорите *редактор и работя в издателство*, което показва, че много колеги са се реализирали като специалисти в сферата на издателската и редакторската дейност.

От друга страна намирането на работа може да се окаже трудно начинание. Защо? Нека се поставим на мястото на един работодател, който има нужда от квалифицирани кадри. Често едно от изискванията е „опит на същата или подобна позиция“. За съжаление обаче не всички наскоро завършили студенти са имали шанса да придобият този опит. В такива случаи работодателят може да направи две неща – да предложи стаж или да продължи да търси подходящ кадър. Сигурно ще е по-лесно да намерим работа, ако преди това сме стажували в компании, които са известни в професионалните среди. Така ще сме по-подготвени не само теоретично, но и практически.

Знанията, които получаваме по време на обучението са предимство, но не гарантират намирането на работа по специалността след дипломиране. Стажовете, упоритостта и добрата подготовка обаче биха направили реализацията ни ако не по-лесна, то поне малко по-достижима. Затова първо трябва сами да оценим потенциала си, преди да очакваме някой друг да го направи.

Надявам се, че и резултатът от анкетата ще се разсеят притесненията на колегите доколко тази специалност ни дава „нещо ценно“. Обучението ни има смисъл. Има и много възможности за реализация. Остава да пожелаем успех както на себе си, така и на всички други, избрали специалността „Книгоиздаване“.

Радина Петрова

Страст и кауза

*Бъдещето принадлежи на тези, които
вярват в красотата на мечтите си.*

Елиноор Рузвелт

Ще ви запозная с историите на две момичета, които срещнах на Пролетния панаир на книгата през 2017 г. Едно от нещата, което ни свързва, е любовта ни към книгите и те с удоволствие се съгласиха да ми отговорят на няколко въпроса. Те разказват за пътя след получаването на дипломата и споделят трудно ли се намира работа по специалността.

Александра Александрова е само на 23 години, а вече е утвърдено име в екипа на издателство „Колибри“. Завършила е журналистика. Обича играта на думи и не се страхува от силата на словото. Вдъхновява и впечатлява!

– Алекс, как реши да учиш във Факултета по журналистика и масова комуникация и това ли беше първото ти желание, когато кандидатства?

– Журналистиката не само, че беше първото ми желание, но беше и единственото. Вероятно е клише, но писателският порив ме вкара в нашия факултет. Още от девети клас знаех какво искам да уча.



– Доволна ли си от нивото на преподаване и какво мислиш, че може да се надгради?

– Открито казано, не съм особено доволна. Разбира се, има преподаватели, които светят със собствена светлина, но повечето преподават проформа. Незаинтересовани са към студентите и не осъзнават колко е важна тяхната мисия. Често се държат малко пренебрежително към студентите, което никак не е хубаво.

– Какво ти даде факултетът и какво ти взе?

– Не успя да ми вземе нищо. Понякога бездействието ме стимулира да се развивам сама и да търся стажове и възможности. Получи се. Даде ми и приятелства.

– Какво мислиш за специалността „Книгоиздаване“?

– Нямам наблюдения върху специалността, но съм чувала добри отзиви.

– Завършила си журналистика, но защо се насочи към книгоиздаването?

– Защото книгите са страст и кауза. Работата с литературата е вълнуваща, а и не изключва писането на текстове за книги, което всъщност беше първоначалната ми идея. Всъщност известно време бях книжен блогър и просто превърнах хобито си в професия.

– Какво е мнението ти за книгоиздателския бизнес в момента?

– Бизнесът има своите светли и тъмни сектори, но е хубаво, че по книжарниците се откриват все повече книги от различни жанрове и автори. Смятам, че хората четат все повече и повече. Разбира се, трудно е да се предвидят вкусовете на публиката, но е важно да има за всекиго по нещо.



– Знам, че това не е единственото, с което се занимаваш.

– В последните години се занимавам с доста неща едновременно. Невинаги е лесно, но поне е вдъхновяващо и смислено. В момента уча литература, кино и визуална култура в Софийския университет и се чувствам наистина добре там. Редом с това съм автор на текстове в „Go Guide“ и „Жената днес“. Понякога пиша и за други онлайн и печатни издания. Представям книги в различни радиа и нито един ден в живота ми не прилича на предишния.

– Кои са твоите любими автори и заглавия?

– Ако това беше лексикон, щях да напиша: „Много са“. В момента се чувствам безсилна пред красотата и дълбочината в словото на Пушкин, Марина Цветаева, Чехов, Достоевски, Толстой. Разбира се, обичам много Мураками, Фицджералд, Блага Димитрова, Валери Петров, Елин Рахнев...

Борислава Георгиева завършва книгоиздаване през 2017 г., а сега е първи курс в магистърската програма „Реклама и публична комуникация“. Колоритна личност, с афинитет към езиците и книгите, момиче с широк спектър от интереси и познания. Ето какво ни каза тя:

– Боби, специалността „Книгоиздаване“ твоето първо желание ли беше при кандидатстването ти?

– Да, и бях приета още на първо класиране.

– Доволна ли си от нивото на преподаване и какво мислиш, че трябва да се промени, за да бъде по-успешно?

– Винаги има накъде да се надгради и усъвършенства една структура. С изключение на ограничен брой лекционни курсове, които не възприемам като необходими за професионалното ми развитие, съм доволна от знанията и оп-



ита, които придобих. Трябва да се подобри комуникацията между преподаватели и студенти, между администрация и студенти. Теоретичната ни подготовка е чудесна, но понякога ни липсва допир с най-новите тенденции и течения. Би било добре, ако факултетът може да си позволи повече специалисти от издателския бизнес, журналисти и други, които да участват в занятията на студентите.

– Какво ти даде факултетът и какво ти взе?

– Факултетът ми донесе нови приятелства, приятни спомени с колеги, разбира се опит, умения и култивирани знания. Не мога да не спомена, че попаднах на достойни за уважение преподаватели и доказани професионалисти. А какво ми е отнел? Нищо. Ако не броем безсънните нощи и безкрайните дни около написването на дипломната работа, красивите спомени с администрацията и изгубените часове в някои лекции.

– Какво мислиш за специалността „Книгоиздаване“?

– Специалността определено предлага професионална теоретична основа. Част от лекционния материал е необходим за изграждането на квалифициран специалист. Има обаче дисциплини, които обогатяват общата култура на студентите, но по никакъв начин не са релевантни на специалността. Начинът, по който е наречена специалността, обикновено провокира асоциации като библиотекар и библиотека. Какъв е източникът на тези асоциации е трудно да се посочи, но вероятно би могло да бъде поставено по-подходящо наименование на специалността, което да отговаря на нейния профил.

– Какво е мнението ти за книгоиздателския бизнес в момента?

– Забелязва се засилване на интереса към българските издания и автори, но в същото време се усеща липсата



на пиар кампании за книги или цели издателства, както и тенденция за преиздаване на стари заглавия и класика. Но трябва да признаем, че новите книги са изпитани до свършенство.

– С какво се занимаваш в момента?

– Все още не съм професионално заета в областите на комуникациите или книгоиздаването, но имам стремежа да се развивам именно в тях. Работя като преподавател по английски език, но полагам усилия да се установя в професия, свързана със събитийния мениджмънт и рекламата.

– В компанията на кои автори и заглавия обичаш да прекарваш времето си?

– Трудно бих могла да посоча кои са любимите ми автори и книги. От всяка книга съм взела по нещо, научила съм, докоснала ме е по различен начин. От друга страна всяка книга е отделна вселена и считам за некоректно да бъде сравнявана с друга. Трябва да се отбележи обаче, че в последните няколко години се публикуват издания, които са идеален маркетингов продукт, но не притежават никаква културна или литературна стойност.

Чрез книгите се ражда мислещият човек у всеки от нас – този, който е способен да генерира идеи, да пречупва през собствената си призма събития и човешки съдби. А без фигурата на издателя контактът с книгите няма как да се осъществи. Специалността „Книгоиздаване“ има ключово значение за нашия факултет, защото развива и надгражда знанието за медиите и масовата комуникация!



Ани Кирова

Малкото издателство, сбъднало голямата си мечта

Нека започнем от обичайната ситуация за всеки първокурсник от специалност „Книгоиздаване“ – Панаира на книгата. Събитие, което се провежда всяка година, и място, на което има по нещичко за всеки. За да съм по-конкретна за случката – Коледният панаир на книгата през 2016 г.

Като истински новобранец, запасен с доста интерес и естествено задача, възложена от преподавателя по „Увод в книгоиздаването“ Гриша Атанасов, тръгнах към заветния панаир. Не бях сама, излъгах. Бях с моята група, защото задачата беше обща. Няма значение. Накъде бия...

Влюбих се...

Влюбих се в книгите, в хората, които четат, и най-вече в тези, които „правят“ и разпространяват книги. Наистина се изумих колко вдъхновение има на всеки щанд и колко инспириращи са всъщност личностите зад купищата стари и нови книги.

Нашата задача ни отведе на четвъртия етаж. В първия момент бях леко разочарована. Всеки, който е ходил на Панаира на книгата, знае кои издателства показват своите дебюти на партера и колко мащабни са банерите и рекламите

там. Но нали бяхме запасени с любопитство и търпение, дадохме шанс и на последния етаж.

Комикси, детска литература... и издателство „Лавици“. Спирам дотук с Коледния панаир. Защо? Защото сега отново имам задача и този път е да ви запозная с издателството, което ме „грабна“ от пръв поглед: издателство „Лавици“, или по-скоро двама души, които знаеха какво е сбъднатата мечта.

Честно да си кажа, когато стигнах до тяхното местенце, не знаех накъде да завъртя погледа си и най-малкото – какво ли трябваше да ги попитам? Не ми се и наложи да задавам въпроси. Бяха като отворени книги, или по-точно – енциклопедии, от които можеш да научиш всичко за тях. Когато отбелязах, че на тези щандове има огромно вдъхновение, не ви излъгах.

Тези хора се превърнаха в мой пример за успех и реално развитие. Прииска ми се да съм като тях и знаех, че е възможно. Те бяха доказателство, че можеш да станеш истински издател, след като успешно завършиш Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Вече споменах, че наистина се влюбих. Е, все пак трябва и да опиша в какво точно. На скромния им щанд беше изложена детската книга „Мъничко рими за дечица любими“. Понеже това беше първото ми посещение на подобен панаир, хващах и разлиствах всичко. Зачетох се в изданието, беше съвкупност от стихотворения и картинки за оцветяване. Както при всяка хубава книга, така и при тази, корицата те кара да я отвориш. Шарена и забавна, перфектна за всеки първолак (и не само).

Основателите на издателство „Лавици“ ме запознаха със своето творчество и кратка биография. Бяха завършили специалност „Книгоиздаване“ във ФЖМК. До момента имаха пет издадени книги.



След тази наша кратка среща започнах да следя страницата и групата на издателството във фейсбук. Осъзнах, че тези хора са изпълнени с ентузиазъм и безгранични идеи. Всеки ден публикуваха различни въпроси, клипове и предизвикателства към своите читатели. Един от тези клипове ми стана любим. Оттам започна всичко. Във въпросното видео младите издатели показват къде се намират в момента и какво точно правят – оперативка... в парка. Споделят, че са си говорили за нас – последователите на издателската къща, и искат да направят нещо ново. Затова от този ден нататък очакват нашите критика, въпроси, желания за книги или, цитирам: *да споделим всичко, което ни хрумне.*

Отворих фейсбук профила си, намерих страницата им и писах. Понеже не се бяхме сприятелили, а и едва ли ме помнеха, им споделих своите впечатления от първата ни среща и ги засипах с въпроси. Искях да разбера още не само за техния бизнес, но и за самите тях. След като пратих „фермана“ от въпроси, се запитах дали не съм прекалила, дали ще ми обърнат внимание, дали изобщо ще отговорят. Е, отговориха. И то не на едно, а на всичките ми питання. Вече знаех повече за Виктор и Илияна Мухарски.

Илияна е на 26, а Виктор – на 28. Както разбирате, те са двама млади, които не са чакали да пораснат достатъчно, за да постигнат своята цел. Сигурно се питате как животът ги беше събрал. Преди „Лавици“ са били състуденти в един и същи курс по книгоиздаване във ФЖМК. Интересното е, че освен колеги и собственици на издателска къща, те са и законно семейство (от 22 април 2017 г.). Това беше един от фактите, за които дори не подозирах.

Въпросите, които им зададох онлайн, бяха свързани най-вече с факултета ни. Любопитно ми беше да разбера мнението им за дисциплини, които аз също изучавам в момента. Оказа се, че едни от любимите предмети на Виктор и Илияна са „Бизнес комуникация“, „Теория на литерату-



рата“, „Основи на рекламата“ и „Социология“. По най-интересните за тях лекционни курсове сами можете да си направите извод, че неслучайно бяха избрали специалността „Книгоиздаване“.

Лично за мен най-важен от въпросите ми беше дали са били част от други издателства, преди да започнат с „Лавици“. Виктор отговори, че не се е занимавал с подобна дейност и затова в началото всичко за него е било ново: *Учех се в движение.* Илияна ми сподели, че е работила в „Колибри“, както и в агенция за авторски права на книги, и така е развила интерес към издателския бизнес. Естествено, след този въпрос последва и защо са предпочели да имат малко издателство, а не да работят в издателска къща с утвърдено име на пазара.

Колкото и банално да прозвучи – не желая да имам шеф, беше първото нещо, което Виктор ми отговори. Според него много хора са на същото мнение, но малцина правят нещо по този въпрос. Също така сподели, че инвестирането в собствен бизнес изисква идеи и най-вече смелост за реализацията им. Илияна е убедена, че в малките издателства има по-голям набор от дейности, които да извършваш сам. В голямо издателство всеки отговаря за една дейност, докато в малкото може да се научи много повече за целия издателски процес.

Няма да крия – отговорите им бяха искрени, конкретни и ме накараха да искам да науча още повече за тяхното семейство и за малкия им бизнес. Запитах се защо да не ги помоля за реална среща. Няма да изисквам от тях много време – тридесет минути щяха да са ми напълно достатъчни. Събрах смелост и изпратих ново съобщение, в което описвам възхищението и благодарността си. От съвсем непознати тези хора станаха мои идоли. Поканих ги на кафе. Не след дълго отговориха – бяха съгласни да се видим.

След седмица стоях в малко кафене в една от пресечките на булевард „Витоша“. Понеже ме оставиха аз да избира



координатите на нашата среща, исках да ги „заведа“ на поинтересно място. Това заведение ми беше станало любимо, макар само веднъж преди това да го бях посещавала. Харесвах го заради атмосферата. За да не се получи някой гаф, запазах маса, а жената, с която разговарях по телефона за резервацията, се учуди (кой запазва маса в кафене посред бял ден?!). Обясних ѝ, че наистина е важно за мен точно на тази дата и в този час да има свободно място за нас.

Уговорката ни беше за 16:00 ч. Подраних! Бях там точно в 15:36 ч. Това беше един от дните, в които преценявам всичко точно, за да не гоня аз времето, а то да гони мен. Дилемата беше официална риза или просто тениска и дънки. В крайна сметка се облякох както всеки друг ден – дънки и изчистена блуза.

Влязох в кафенето и седнах на запазената маса. Отворих телефона си и започнах да разглеждам въпросите, които бих включила в разговора ни. След няколко минути влезе и семейство Мухарски. Станах да ги посрещна и да се запознаем лично. Бяха усмихнати и сякаш наистина се радваха на интереса ми към тях. Виктор държеше в ръце най-новата книга, издадена от „Лавици“ – „Рецептите от ПРИЯТЕЛИ“. След кратко мое представяне започна и съществената част – „интервюто“. Защо го написах в кавички? Защото това не беше от онези официални интервюта, за които са необходими диктофон и списък с последователни въпроси.

Издадените от тях книги

– **Разкажете малко за книгите си. Защо избрахте първото заглавие на издателството да е ваша авторска книга?**

Виктор: Първата ни книга трябваше да бъде „Вицопедия – постове за социалната мрежа“. Първо по нея започнахме работа, но на Илияна ѝ дойде идеята за книга за професионалния футболен клуб ЦСКА. Така „Вицопедия“ остана на режим пауза, докато не завършим „100 цитата от



най-великите играчи на ЦСКА“. Целта на тези първи книги бе да навлезем постепенно в книгоиздателския бранш. Едва след това започнахме да правим опити за връзка с агенти на авторски права. На няколко пъти „ударихме на камък“ с различни заглавия – за добро или за лошо. В крайна сметка постигнахме договорка за правата на „Ти си мислиш, че си хипстър“ на английската авторка Кара Симсек. Последваха две книги, които излязоха почти едновременно. Първата е „Мъничко рими за дечица любими“ – книга, на която аз съм не просто съставител, а автор. Това издание е две в едно – стихчета с рими и рисунки за оцветяване, дело на художника Радослав Соколовски. Другата, която се появи по това време, е „Космически залог“. Тя е на български автор с артистичния псевдоним Дрейк Вато. Работата с български автор се оказа доста трудна, но в крайна сметка искахме да опитаме и това. Шестата ни книга, но втора за нас със закупени права от чужбина, е „Рецептите от ПРИЯТЕЛИ“.

Илияна: Подобно на книгата за ЦСКА, тук също наблегнахме на издание, което да направим с любов, тъй като сме фенове на този сериал.

След като ми разказаха за издадените си книги, ми загатнаха, че малко преди Коледния панаир на книгата през 2017 г. ще излезе на пазара и най-новата им книга – „Дневник на кумата“.

– **Колко време ви трябва за целия процес на издаването на една книга?**

Илияна: Най-дълго време отнема изборът на книга. Няма точно определен период. Четеш, избираш, правиш проучване на пазара и чак след това може да пуснеш брояча на времето. Кореспонденцията с агенциите в чужбина не зависи изцяло от нас и това също може да отнеме повече време. Но до този момент, не повече от месец-два. Веднъж



договорена, книгата се дава за превод, който отнема приблизително два-три месеца. Следват редакция – някоя друга седмица, и страниране – пак толкова.

Семейство vs издателство

– Кое е най-важното в едно семейство и в едно издателство? Има ли разлика изобщо?

Виктор: Хубавото е, че понякога може да се съчетава полезното с приятното – например и двамата обичаме да правим планьорки на открито. Много често можем да обсъждаме дадени теми – не пред компютрите, а в Борисовата градина или на някое подобно местенце.

Илияна: И в двете начинания разчитаме на упоритост, търпение и желание. Човек трябва да харесва както работата, така и живота си. Втурнахме се стремглаво и в двете неща и засега жънем успех, като се надяваме така да бъде и в бъдеще.

Трудно ли е мъж и жена да работят заедно по един проект без кавги?

Виктор: Не е невъзможно. Специално в издателството си имаме някои правила, които спазваме. Например „Мрън правило“. Имаш право да мрънкаш само ако разполагаш с по-добра идея. Мрънкане просто „за спорта“ не е на почит.

Илияна: Мога да добавя клишето, че в спора се ражда истината. И преди всичко – най-важен е крайният резултат.

Прескачахме от тема в тема и времето сякаш излетя. За да не ги задържам повече, реших да задам и въпроса, който нарочно бях оставила за финал на нашата среща.

– Кое е най-приятното чувство в издателския бизнес?

Виктор: Четенето на книги. Благодарение на този бизнес имаме възможност да се докоснем до много заглавия,



които не са издавани у нас. Приятно е и когато клиентът остане доволен. А ние се стараем да има много такива.

Илияна: Приятно е да създаваш прекрасен продукт, който може да остане години наред в нечий дом.

Изпихме си кафето, благодарих им още веднъж за отделеното време и си казахме „чао“. Докато вървах към вкъщи, направих равносметка колко лесно изглежда отстрани, а всъщност колко много усилия са вложили тези млади хора, за да осъществят своята мечта. *Ако беше лесно, всеки щеше да го прави* и *Кое е най-лошото, което може да се случи* – това са изразите, които крепят семейното издателство. Макар подценявано заради малкия си състав, „Лавици“ не губи мотивацията си за изграждане на добро име.

Може би всички трябва да приемаме трудностите като мотивация. И все отнякъде трябва да започнем. Защо стартят да не е именно специалността „Книгоиздаване“ в нашия факултет?!

Малко история

Владимира Илиева

ОСНОВОПОЛОЖНИКЪТ

*Жалко, че денят е къс,
та не може човек да свърши повече работа!¹*

Започнах с този много любим израз на Христо Г. Данов. Думите му са доказателство, че следващите редове са посветени на една изключителна личност с огромен принос за българската книжнина и просвета – основоположникът на българското книгоиздаване Христо Г. Данов. Момчето, живяло някога в полусрутена постройка на гробищата, днес ни кара да се чувстваме горди. Уверявам ви, че това, което следва да прочетете, е не само разказ за едно търговско книжовно дело, а и за любовта към книгата и дълбокото родолюбие на един голям човек с народническа душа.

Във времена, в които книгата е един леснодостъпен предмет, човек трудно би си представил колко усилия са били необходими на хората да се сдобият с нея още преди да са съществували книжарници и печатници. Точно тогава, когато купуването на книги не е било обичайно за повечето хора, се е появил човек, жаден за просветителска и книжовна

¹ **Бръзицов**, Христо. Български книгоиздатели. София: Български писател, 1976, с. 11 - 19.



дейност. В името на книгоиздателското дело той е бил готов на лишения и дори глад, за да отвори очите и сърцата към знания и наука.

Човекът Христо Г. Данов

Роден в Клисура на 27 август 1828 г., Христо Г. Данов останал сирак на деветгодишна възраст, когато баща му бил отнесен от чума на път за Мала Азия. За да помогне на семейството си, малкият Христо започнал да подвързва книги, което най-вероятно е довело до по-нататъшното му влечение към тях.

По-късно учил при Сава Радулов в Панагюрище, но за кратко, защото пожар унищожил училището. В Копривщица получил подкрепата на Найдено Геров и Йоаким Груев, но те нямали възможност да му помагат непрекъснато и Христо решил да поеме собствената си издръжка. Хранел се от „бабини помилувки“ за покойници и живеел в малка постройка на гробищата. Въпреки многото сполетели го нещастия дошли и хубави дни. В Калофер влязъл във връзка с прочутия из този край даскал Ботьо Петков, а след това станал помощник на Найдено Геров. В неговата библиотека с руски книги Христо Г. Данов прекарвал голяма част от времето си.

И за да не се впускам в дълги биографични факти, защото най-важно за нас е делото му като книгоиздател, ще спомена само още два важни момента от живота му: построяването на училище за момичета и момчета в Клисура, наречено „Съгласие“, и откриването на училище в Стрелча за най-малките, второ – вечерно, за всяка възраст, и трето – неделно, за да може всеки да го посещава. Самият Христо Г. Данов е учителствал в Стрелча.

Пъстър е неговият живот на учител, но ще се ограничи дотук, за да представя и друга негова страна – страстта му към книгата.



Издателят и печатарят

Началото на книгоиздателската му дейност е белязано от съставянето на малкото календарче „Старопланинче“ в Белград през 1855 г. Там Данов отпечатал поредица книги като „Основа на българската граматика“ от Йоаким Груев и съкратен вариант на „Робинзон Крузо“, а сам превел „Катехизис“.

Задачата му не била лека, не само като дело на разума, а и на тялото. Отдадеността му към българската просветителска дейност често го подлагала на мизерен живот. Понякога се хранел само със сух хляб или пък правел коректурите си при едва жумяща лампичка.

Книгоиздателското му дело непрекъснато се развивало, но често подлежало на изпитания. Едно от тях е при преминаването му през Лом, когато турските гранични власти го задържали, защото се усъмнили във верноподаническите чувства на този млад и наперен мъж. След случая издателят бил щастлив, че е останал жив.

Голяма е заслугата на Христо Г. Данов не само в издаването, но и в разпространението на книжна продукция. Той обикаля като пътуващ книжар и, освен в Пловдив, продава книги във Велес, Щип, Битоля, Прилеп, Солун, Скопие, Охрид, Ресен, Сер, Дойран, Кукуш, Струмица, Куманово, Неврокоп и други. Полага големи грижи за развитието на учебното дело в Македония. Христо Г. Данов се посвещава на общонародната просвета, защото според него само образованият човек може да придобие граждански добродетели, които да го направят пълноценен и полезен член на обществото.

Той съветвал, предлагал, застъпвал се за учители, препоръчвал книги, насърчавал отварянето на читалища и навярно заради това започнали да го наричат „министър на народната просвета“ още преди Освобождението. Христо Г. Данов е автор на четири учебника – „Примери за краснопи-



сание“, „Кратка числителница за малки деца“, „Пространна числителница с прибавени задавки за всяко действие“, а „Пространно священо битописание на църквата от Вехтий и Новий завет със 101 изображения“ било първото по успех българско издание след Рибния буквар на Петър Берон. Данов е продавал и подарявал изработени лично от него географски карти. Шест били „землеописателни“, една на „святите места“ и една на „Европейска Турция“. През 1882 г. Христо Данов станал народен представител в Областното събрание на Източна Румелия, избран от Панагюрище. Благодарение на него на 25 юли 1878 г. в Пловдив излиза вестник „Марица“.

Уникалността на този велик човек произлизила от неговата отдаденост към народа и народното дело. Търговската страна на професията му не била от значение. Важно било книгата да е от полза на читателите.

Ако трябва да се обобщи целият труд на Христо Г. Данов, то той ще изглежда така: началото, поставено през 1885 г. със „Старопланинче“ и отпечатаните осем книги като основа на книгоиздателската му дейност, е продължено с много други издания – и от български, и от чужди автори. И не само книги, а и географски карти и атласи за Европа, Азия, Африка, Северна Америка, Южна Америка и Австралия. Картата на Христо Г. Данов за Княжество България получила златен медал на Пловдивското изложение през 1892 г. Издал още атлас от двадесет и девет начертани карти за изучаване на всеобщата география, а отделно и цветни стенни картини за всяко от четирите годишни времена.

Христо Г. Данов има голям принос и за т.нар. издателско-информационна библиография в България. Той съставил и издал първите търговски каталози на книги, които се продават в неговата книжарница, наречени от него „расписи“. Именно те са първите български осведомителни библиографии.



Човек с възрожденски патос и нравствена чистота, той ни е дарил с изключително ценни книжа и материали, от които черпим знания до днес. В душата на българина Дановото творчество предизвиква вълнение и истинско родолюбие. Поне в моята е така.

Вторият роден град на Христо Г. Данов и неговото дело там

Родното му място е Клисурса, но Пловдив е градът, в който делото му оставя най-трайна следа. Най-напред, през 1857 г., там Христо Г. Данов открил в съдружие книгоезница, а в следващите няколко години – книжарница и книгоиздателство. След Освобождението пренесъл в Пловдив и печатницата от Виена, открита там заедно с Янко Ковачев през 1874 г.

Широк е „диапазонът“ на Данов. Той успял да издаде „Кратка история на България“, написана от Добри Войников и печатана във Виена, „Кратка логика“ от Михневич с превод на Йоаким Груев, както и буквар за най-малки деца, уроци по френски и османски език, българо-италианска граматика, турско-български буквар.

Пловдивчани избират Христо Г. Данов за кмет за периода от 1896 до 1899 г. На този пост той се задържал дори без заплата, която не се съгласил да приеме от бедната си следосвобожденска родина.

Нещо повече – често посрещал със свои средства обществени нужди, тъй като общината нямала възможност да ги посрещне. Водопровод, захарна фабрика, железопътна гара, електрическо осветление, водоснабдяване и още редица начинания били осигурени финансово лично от кмета. В същото време, като председател на училищното настоятелство, Христо Г. Данов обзавел училищата с най-модерни пособия. Като кмет на Пловдив той отхвърлил искането на княз Фердинанд да получи земя на пловдивски тепета, за да



построи дворец. Вместо това кметът решил тези тепета да се залесят, включително известния „Бунарджик“, наричан „Хълмът на свободата“.

И още нещо...

Приживе Христо Г. Данов издал около хиляда заглавия, а след смъртта му на 11 декември 1911 г. делото му продължили неговите синове Груйо и Милуш. Голяма роля играла и снаха му – София Симьонова, учителка в Пловдивската девическа гимназия, дъщеря на руски фелдшер, участник в Освободителната война. Наследниците на Христо Г. Данов развили издателска и книжарска дейност и в Пловдив, и в София. След закона за национализацията семейното издателство престанало да съществува през 1948 г. В новите условия през 1960 г. в Пловдив се открива издателство, носещо неговото име.

Гробът на Христо Г. Данов е в двора на катедралната църква „Успение Богородично“ в Копривщица с построената по проект на архитект Йосиф Шнитер камбанария (1881 г.). По-късно храмът е зографисван също от Димитър Гюдженев, Васил Стоилов и Захари Бояджиев.

В заключение

Въпреки огромното значение и принос на дейността на Христо Г. Данов за пробуждането на българския народ, името му остава по-малко познато в сравнение с възрожденците революционери. А всъщност духовната и „физическата“ революция са неразривно свързани – за да може робът да изпита потребност да хване оръжието и да се бори за изконното си право на свобода, той първо трябва да хване книгата, която да освободи съзнанието му.

Христо Г. Данов е велика българска личност, творила през XIX и XX век. Неговата дейност ще продължава похода си в българската история. Той е успял да развие книго-



издателската и книжарска дейност, за да може да подтикне народа към знанието и науката и тяхната важност. Рядко се срещат хора, толкова истински и чисти, отдадени на родното. Най-ценният паметник за него остава неръкотворният – общонародното почитание и обич. Често пренебрегваме книгоиздаването и неговото значение, но хора като Христо Г. Данов ни припомнят колко много ни е нужно то. Ето и един показателен негов цитат, който звучи толкова актуално и днес:

Но превзети от различни страсти, ядем се като риби един друг. Всякой се обладал от най-горна степен самолюбие, всякой работи само за себе си, а за друго не ще и да знае: гражданинът не промишлява за селянина, а селянинът нехае за гражданина; ученият не поучава простия, а простият не взема от учения; богатият не помага на сиромаша, но и сиромашът не приближава до богатия. И така на една страна владее охола и надутост, а на друга – лудонехайство, па – и двамата в ямата! Тук никой и не помишлява, че всички ние сме едно тяло, че интересите ни са общи и че всички еднакво трябва да се стараем за общото ни подобрене както нравствено, тъй и веществено, ако искаме да бъдем и частно всякой за себе добре. Но всякой ударил посвоему и само за себе, па где пукнало, да пукнало. Според това чудно ли е, гдето всички наши общи работи у всяко място вървят тъй наопаки?¹

¹ Владимирова, Иво. Христо Данов или човекът, който дари книгата на българския народ. // Българска история, 14 октомври 2013 г. Достъпно на: <<https://bulgarianhistory.org/hristo-danov/>&#gt;



Златка Александрова

Европейско книгоиздаване в следосвободенска България

Българското книгоиздаване има дълга и сложна история, започнала много по-късно от повечето европейски страни. Заради османското владичество на Балканския полуостров то прави първите си стъпки извън пределите на българските земи. Първите български издатели са родолюбци, които вярвали в невероятното знание, което носят книгите. Веднага след Освобождението българското книгоиздаване започва бързо да се развива, продължава възрожденските традиции. В началото на ХХ век обаче трябва да премине през трудния и трънлив път на Балканските войни и на Първата световна война. Следващите редове са посветени на някои от издателските начинания в първите тридесет години след Освобождението.

Първото десетилетие започва със създаването на печатна база в България. Тя е от голяма важност за всеобщото духовно развитие и просветата. Една от най-важните задачи на българите, основали печатници в чужбина, е да ги пренесат на родна земя. По настояване на временното Руско управление Христо Г. Данов и Янко Ковачев пренасят целия печатен инвентар от Виена в Пловдив.

Печатницата започва своята работа под името „Янко Ковачев и Сие“¹. В нея се печата и вестникът на Христо Г. Данов – „Марица“ (25.07.1878 – 6.09.1885 г.). Въпреки че Източна Румелия все още не е била част от българската държава, Янко Ковачев получава помощ и успява да се сдобие с оборудване за още една печатница, която този път открива в София едва десет месеца след Освобождението.

Христо Г. Данов и Янко Ковачев създават две от най-успешните печатници, които се утвърждават като модерни и престижни полиграфически предприятия. Стилиян Кутинчев в своята книга „Печатарството в България до Освобождението“ посочва, че от 1855 г. до смъртта си през 1911 г. Христо Г. Данов оставя на българите 1230 издания, като голяма част от тях са учебници, помагала, карти, христоматии, атласи.

Увеличава се разнообразието на изданията за подрастващите, за да бъде достигнато нивото на европейските учебни заведения и за да могат българските деца да продължат образованието си в чужбина. Продължават да се преиздават и използваните през Възраждането учебници. През 1881 г. е приет и Законът за народната просвета, а през 1888 г. е създаден Висш педагогически курс, който по-късно се превръща в Софийски университет. Министерството на народното просвещение създава „Сборник за народни умотворения, наука и книжнина“. През 1897 г. е утвърден Правилник за съставяне на учебниците, тяхното издаване и ползване.

В края на ХІХ век развитието на книгоиздаването е общо дело на издатели, книжари и печатари. Появяват се също агенти за абониране на периодика и пътуващи книжари. Главна роля обаче изиграва издигането на някои от

¹ Георгиев, Лъчезар. Книгоиздаването в България 1806-1944. София: АН-Ди, 2016, с. 579



книжарите като издатели в големите градове. Основният стремеж е да се подбират по-търсени заглавия.

Първото българско изложение се провежда в Пловдив през 1892 г., а опитът за създаване на книжарски съюз датира от 1897 г. Много градове са имали свое периодично издание, а голяма част от тогава издаваната периодика е принадлежала на партии и държавни институции. От печатницата на Христо. Г. Данов започва професионалният си път и Тодор Филипов Чипев – известният издател на Иван Вазов. След като се премества в София, той открива павилион в Градската градина, което става любимо място на голяма част от столичната интелигенция.

През 90-те години на XIX век се популяризира социалистическата книжнина. Тя е използвала различни средства за проявление - списания, книги, вестници.

През първите две десетилетия на XX век професиите, които се свързват със създаването и разпространението на книжнина, започват да се обособяват и разделят. Печатарството все по-ясно се съсредоточава в столицата. Все повече печатници се оборудват с нови печатни и наборни машини. През 1882 г. в София се открива и модерната за времето си Държавна печатница.

Издателят Стоян Атанасов се съгласява да се съберат творби на по-млади автори и да се издадат в книга. По този начин се появява първият сборник с разкази на Елин Пелин. Александър Балабанов, който е редактор в списание „Художник“ (1905 – 1909), е командирован в Англия, за да превежда произведения на Шекспир. Повишава се и интересът към чуждестранната литература. На книжния пазар се утвърждават различни библиотечни поредици, сред които особено популярни са „Мозайка от знаменити съвременни романи“ на София Юркова и „Всемирна библиотека“ на Александър Паскалев. Издателите, които се стараят да завоят висок престиж, залагат и на оформлението на продук-



цията си – разнообразни шрифтове, високохудожествени илюстрации.

Един от големите книжовни центрове след Освобождението е Свищов. Там своята дейност развива Димитър Паничков. Градът е известен със своите седем печатници, което го прави привлекателен за развитие на печатарска и издателска дейност.

В края на Първата световна война е основавано „Хемус“ – едно от най-успешните български издателства. Първоначално се насочва към педагогическа и детска литература. По-късно обаче се заема с представяне на произведенията на Славейков, Яворов, Страшимиров, Елин Пелин, Йордан Йовков и други. През 1919 г. е създаден Военно-издателският фонд. Неговата „Походна войнишка библиотека“ неслучайно придобива огромна известност. Сред авторите в нея са Иван Вазов, Елин Пелин, Йордан Йовков, Алеко Константинов.

Основаано през 1919 г., издателство „Везни“ на Гео Милев и баща му Мильо Касабов формира кръг от известни за времето си творци. Голяма част от кориците на издаваните от него книги са били с дървени и медни гравюри.

Трите десетилетия между Освобождението и края на Първата световна война са белязани от политически борби и съдбоносни войни. През този драматичен период се полагат и основите на модерното българско книгоиздаване.



Татяна-Атанасия Топлийска

София Юркова и нейната „Мозайка“

„Мозайка“ е вярно огледало на съвременния умствен живот; чрез романите на най-знаменитите писатели на всички страни тя спомага за създаване на великите идейни движения у нас. За това списанието се старае да представи само съвременни мъгъци и жизнени автори, чиито несъмнено художествени и дълбоки творби имат трайно, вечно значение“¹

Представете си 20-те години на миналия век. Срещу ъгъла на булевард „Цар Фердинанд“² и улица „Генерал Паренсов“ е едно от най-старите заведения в София – „Рила“. На една маса отвън седят семейство Юркови заедно с някои от най-добрите ни писатели и обсъждат следващото си издание. То ще е социален роман на някой френски съвременник. В същото време, някъде в Париж, авторът също седи в някое заведение и обсъжда следващия си роман с други писатели, в същата непринудена и бохемска атмосфера.

„Мозайка от знаменити съвременни романи“ слага началото на издателство, просъществувало от 1909 до 1948 г.,

¹ Надпис на втора корица на всяко издание от „Мозайка от знаменити съвременни романи“

² Днес булевард „Васил Левски“. – Б. а.

което успява да представи на българските читатели най-доброто от световната литература по това време. И всичко започва от едно младо целеустремено момиче, чиято страст била литературата.

София Юркова притежаваше онова артистично чувство, онази дарба да се вживява в произведенията и да ги анализира, която не могат да се придобият в никой университет, защото са преди всичко вродени и непосредствени.¹ Така я определя публикация на д-р Берберова във в. „Литературен глас“, брой 260, от 1935 г.

А ето какво пише за нея Елисавета Консулова-Вазова: Тя беше цялата устрем. Не можеше да прави нищо спокойно. Когато говореше, цялото и` лице говореше и ръцете и` говореха. Тя не можеше да се помири с положението на „момиче за женене“. Нищо по-унизително няма, казваше тя, от това да чакаш да те избере някой. А питат ли те дали самата намиращ някого за подходящ? В своята гордост на младо и интелигентно момиче тя търсеше нещо по-значимо в живота си.²

София Данаилова Юркова е ученичка на Екатерина Каравелова в Девическата гимназия в София. Преподавателката и` има основна заслуга за любовта и` към литературата още от тази крехка възраст. По-късно София учи в католическия пансион „Нотър Дам дьо Сион“ във Франция. Там тя овладява френски език и опознава френската литература и култура. Планира да продължи образованието си във Франция, но поради финансови затруднения се завръща в България.

Тук тя започва да преподава български език във Велико Търново и в Пловдив. Постоянно чете българска литература, но продължава да следи и европейската литература и критика. Преподавателската дейност не я задоволява.

¹ Дамов, Камен. За издателство „Мозайка от знаменити съвременни романи“. In memoriam. София: Издателска агенция FDC, 2000

² Пак там.



София Юрукова започва да се занимава и с преводи. През 1909 г. печели конкурс за превод на пиесата „Крадецът“ на Анри Бернщайн, обявен от Народния театър. В журито на конкурса участва Пенчо Славейков. Първите и` публикувани преводи са на френски разкази през 1900 г. Съвременниците и` се отнасят с консерватизъм и леко пренебрежение към жените, тогава се ражда и понятието „женско писане“, но тя успява да се наложи със старание и висока начетеност.

Голяма роля за успеха на София изиграва нейният баща Данаил Юруков – възрожденски деец, който винаги е бил добър пример за нея. Вуйчо и` Константин Величков също има голямо влияние. Именно той издава първите и` преводи в редактираното от него сп. „Летописи“.

Ако се върнем в края на XIX век, ще видим, че малка България е била бедна материално, с ограничено книгоиздаване. Но са съществували огнища за духовно издигане. Вдъхновители на този стремеж са били младите българи, учили в чужбина. Те са били членове на будни фамилии, от които са излезнали поборниците за свобода преди Освобождението, а след 1878 г. са дали просветителите и уредниците на младата държава. От такава фамилия е основателката на издателство „Мозайка от знаменити съвременни романи.“ – пише в изследването си за нея Камен Данов.¹

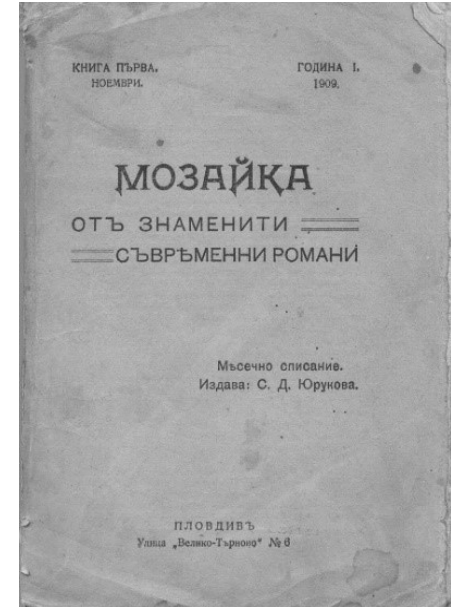
През 1909 г., едва на 28 години, София Юрукова решава да основе собствено издателство. Обръща се към семейството си за съдействие. Не е трудно да убеди роднините си, у които вече е запален литературният пламък, че това ще е успешно начинание. Но началото не е лесно. Семейството има средни доходи, а едно ново издателство изисква начален капитал.

Ще се опитам да осъществя идеята си, ще помоля близки да ми подпишат полици и така ще започна – София Юрукова поема инициативата в свои ръце. И така, благодарение на подкрепата от роднините си, тя започва с полица от 500 лв.

¹ Пак там.



В началото е плаха, но прави всичко с много любов. Още през същата година в неин превод излиза първата книга на издателството – „Господин и госпожа Моллок“ от Марсел Прево, член на Френската академия.



„Господин и госпожа Моллок“ – първото издание от поредицата¹

Поредицата започва като списание и има успех още от първата си година. В издателството се получават многобройни благодарствени писма от читатели.

Изданията се подготвят по няколко основни принципа. Издават се съвременни европейски, основно френски автори, които вече са утвърдени имена. Творбите трябва да

¹ Загорев, Васил. Да направим попадение - „Мозайка от знаменити съвременни романи“. // Блог Книгохранилището, 26 октомври 2016 г. Достъпно на: <http://bgbookhistory.blogspot.bg/2016/10/blog-post_26.html>



възпитават добър вкус и морал у читателите си. Целта е да станат семейни четива – да се четат и от стари, и от млади. Преводите трябва да бъдат безупречни, да пресъздават атмосферата и действието на хубав, благозвучен български език. В началото самата София Юркова превежда всичко, но с разрастването си издателството привлича и известни преводачи, като преводите задължително минават през нейната редакция преди печат.

Успехът на издателството се дължи както на жаждата за качествена литература, така и на старателния подбор и отлична маркетингова практика на издателите. То просъществува в продължение на 39 години, за които издава 400 книги, 21 от които са написани от носители на Нобелова награда, а много от авторите са членове на Френската академия и други национални академии. Изданията влизат в домашните библиотеки на хората от цялата страна с 3000 абонати годишно, сред които много учители. Сред издаваните автори са имена като Джек Лондон, Уолтър Скот, Томас Харди, Оскар Уайлд, Херберт Уелс, Арчибалд Кронин, Толстой, Достоевски, Чехов, Херман Хесе, Пол Бурже, Стендал, Ромен Ролан, Анри Берщайн, Анри Бордо, Марсел Прево, Джером Джером, Алфонс Доде, Съмърсет Моам, Кнут Хамсун, Селма Лагерльоф. Много от издаваните автори са създатели на модерния роман и по времето на социализма са били забранени, а някои и до днес не са преиздадени. По този начин издателството подпомага изключително много развитието на модерната култура в България. За да отговори на читателския интерес към световната литература поредицата включва и автори от Канада, Индия и дори Япония.

Семейното издателство прилага успешни маркетингови практики. Начинът на рекламиране и предлагане е бил много напредничав за времето си. Оформлението на книгите също е новаторско. Много от книгите през този период са без обособени корици, отпечатани на най-евтината хар-



тия, с малко внимание към детайла и често без декоративни елементи. Това се дължи основно на ниския бюджет, но и защото на книгата не се е гледало като на ценност, която да остане в семейството за следващите поколения. В началото „Мозайка от знаменити съвременни романи“ също има издания без корици, но с развитието си включва и луксозно подвързани поредици. За кориците са се използвали едни и същи цветове – синьо, зелено и червено, и по този начин книгите са стояли хармонично като поредици в библиотеките на читателите си. Това е метод, който и до днес се използва от много издателства, защото разпалва желанието на купувача да притежава цялата поредица, за да я сложи на отделен рафт от библиотеката си. На корицата и на гръбчето винаги присъства логото на издателството – четяща жена, което го прави лесно разпознаваемо.¹



Много важен принос за успеха на издателството имат и преводачите. Подбират се най-добрите, като повечето от тях са и известни писатели. Когато София Юркова основа издателството, на преводаческата работа се гледа пре-

¹ Пак там.



небрежително, особено в прозата. В началото преводите се извършват само от нея, но по-късно и от братята и` Васил и Георги, както и от нейната сестра Мара. Те също владеят френски език отлично, а Васил и Георги – и руски език. От общо 368 издадени книги, 174 са преведени от членове на семейството. Други преводачи са Елисавета Консулова-Вазова, Гео Милев, Асен Разцветников, Рачо Стоянов, Фани Попова-Мутафова, Милко Ралчев, Николай Райнов, Димитър Подвързачов, Константин Константинов, Емил Коралов.

Издателството има и отлична комуникация с читателите си. Членовете на семейството прекарват много време в прочуване и търсене на хора, незапознати с изданията им, които могат да се заинтересуват от тях, и има изпращат писма и покани за абонамент. Отговарят на безбройните благодарствени писма, които пристигат отвсякъде, включително и от фронта.

През 1918 г. София Юрукова умира от испанска инфлуенца. Семейството и` решава в нейна памет да продължи това, което тя е започнала. Брат и` Георги поема ръководството на издателството заедно с баща си. Сестра и` Мара и брат и` Васил отговарят за преводите и редакторската дейност. Включва се и съпругата на Васил. Смъртта на София не слага край на издателството, напротив. То се разраства в търговско предприятие, като успява да просъществува и да предлага образцови издания на своите читатели дори в кризисното време на Втората световна война

Краят му настъпва през 1948 г., когато са окончателно са ликвидирани всички частни издателства, като се затварят помещенията им и се национализира цялото им имущество. Новата власт отнема всичко, което дори смъртта, войните и бедността не са успели да отнемат от семейство Юрукови, и така слага край на едно от най-забележителните издателски начинания в България.

Александрина Йорданова

Един голям издател и книжар

Един от най-значимите български издатели и книжари е Тодор Филипов Чипев. Роден през 1867 г. в Копривщица, той остава без баща още като малко момче. Едва осемнадесетгодишен участва в Сръбско-българската война. Важна роля за интереса му към книгите има работата му в Пловдив като словослагател при Христо Г. Данов и в печатницата на един от братята си. По-късно обикаля страната като пътуващ книжар. През 1889 г. Т. Ф. Чипев се установява в София, където през 1891 г. започва издателска дейност. Отваря и малък павилион за вестници и книги в Градската градина, който бързо набира популярност. Един от редовните му клиенти е Иван Вазов, с когото често водят приятелски разговори. Именно на Т. Ф. Чипев големият писател поверява първото издание на „Под игото“, излязло през 1894 г. Издателството му се разраства и книжната му продукция включва огромно разнообразие от български и преводни заглавия. Много популярни станали богато илюстрираните детски книжки и често някое дете възкликвало: *Tame, куну ми един Чипев!*¹. За повече от петдесет-

¹ Чипев, Константин. Т. Ф. Чипев, издателят. Български портал за изкуство, култура, общество, 5 юли 2017 г. Достъпно на: <<http://kultura.bg/web>>



годишната си дейност семейното издателство на Т. Ф. Чипев издава над 500 книги и няколко периодични издания.

Скоро след като идва в София, Т. Ф. Чипев открива и книжарницата си на бул. „Дондуков“, която прераства в най-добре уредената и най-голямата в България. Освен книги в книжарницата се продават и висококачествени канцеларски материали. Много български писатели намират у Т. Ф. Чипев своя издател и спонсор. Той наема и много млади и талантиливи художници, които да илюстрират книгите. Периодично се издават каталози, въвежда се модерната за времето си книгопоща. Чипеви правят и много дарения в книги и парични средства.



Многолюдното семейство на Тодор Чипев (около 1930 г.)¹

Интересно е и семейството на този голям български издател. Заедно със съпругата си Нонка, също от Копривщица, отглеждат дванадесет деца – единадесет момчета и едно момиче. Почти всички от голямата фамилия участват в издателската и

¹ Източникът на изображенията в този текст е цитираната публикация на Константин Чипев. – Б. а.



книжарската работа, но най-активно се включва първородният син Филип, който създава и емблемата на издателството – бухал върху разтворена книга с инициалите Т. Ф. Ч.

Прочутата книжарница е разрушена по време на бомбардировката над София на 30 март 1944 г. Унищожени са десетки хиляди книги. Тодор Чипев се разболява тежко и умира на 10 декември 1944 г. Синовете му обаче не се отказват, възстановяват книжарницата и продължават дейността на баща си. Опитите за съживяване на издателството и книжарницата не водят до успех, а и законодателството на новата власт ликвидира частната собственост в книгоиздаването. Въпреки това сто и петдесет години след рождението на забележителния издател делото му се помни и възхвалява.

Затова не можем да не се запитаме какъв отпечатък е оставило делото на Чипев в съзнанието на бъдещите поколения?

Срещам се с Игор Чипев, внук на Тодор Чипев и син на Кирил Чипев (1917 –1994). Неговият житейски път е дълбоко белязан от родствената връзка със знаменития издател. Още от малко дете любовта към книгата не му е чужда. С приятно чувство ми разказва за любимия си момент, когато баща му Кирил се прибира вкъщи с торби, пълни с антикварни книги.

Имах удоволствието да ги разгледам пръв и от време на време да сложа по някоя в любимия си книжен тайник – споделя Игор Чипев.

Освен че държи антикварна книжарница, баща му Кирил Чипев завършва Американски колеж, следва медицина във Виена, после се връща в България и, за моя огромна изненада, гради кариера като футболист и футболен треньор, която е белязана с много успехи. Дори когато с отбора на „Славия“ печелят Купата на царя, Кирил издейства трофеят да бъде изложен за един месец във витрината на Чипевата книжарница, за да привлече допълнителни клиенти.



Книжарницата след бомбардировката на 30 март 1944 г.

В професионалната биография на Игор Чипев влизат длъжности като директор на издателство с печатница, директор на книготърговската верига „Книжен свят“, директор на Националния център за книгата, създаден към Министерството на културата. Виждайки приемствеността между трите поколения, ми хрумва въпросът към Игор Чипев дали е имал желание да възстанови фамилните издателство и книжарница. В отговор получавам: *Тази раница е твърде тежка за моя гръб*. Следва и аргументът: *Постигнатото от дядо ми е толкова огромно и значимо, че едва ли бих могъл добавящо да възродя неговото дело*.

За атмосферата в къщата на Т. Ф. Чипев моят събеседник разказва, че била изключително гостоприемна. Вечер у тях често се събирали хора от интелектуалния елит на София и така идеята за много издания се раждали „на масата“. Т. Ф. Чипев бил не само радетел на българщината, но и търговец, и затова понякога преразпределял „рисковия кръг от книги“ към най-големия си син Филип.



Т. Ф. Чипев е бил представител на руската книга и през целия период на съществуване на книжарницата договорът не е бил прекратяван. Игор Чипев споделя и за канала на доставки – книгите се изпращали от Съветския съюз към Сърбия и оттам към България, за да може пратката да пристигне непокътната в онези времена на строга цензура. Въпреки това Т. Ф. Чипев не цели политическо въздействие, а единствено задоволяване на интересите на разнородната аудитория.

Накрая на разговора ни засягаме и наболялата в днешни времена тема – как да направим четенето отново популярно. Игор Чипев е на мнение, че *четенето е въпрос на „национална сигурност“ и трябва да се използват всевъзможни механизми за стимулирането му*. Самият той може да се гордее с участието си в един проект, подпомогнат от фондацията на Бил Гейтс, за обновяване и модернизирание на повече от 1000 български библиотеки, най-вече в малките населени места.

Тодор Чипев не е просто добър предприемач, а истински будител. Въплъщение на възрожденския дух и неговите ценности, той възпитава семейството си, както и обществото, в любов към книгата. Той и семейството му оставят огромно културно наследство, а бъдещите носталгия издания с Чипевото бухалче върху корицата до ден-днешен са по лаиците в много български домове и библиотеки.





Първият свитък на „Списък на вредна литература“, изготвен от Главлит, излиза през 1955 г. в столицата, а вторият – само две години по-късно.

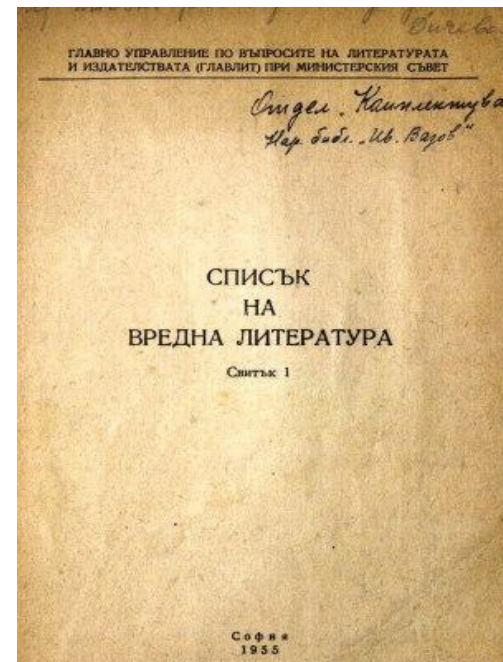
Кая Димитрова

За времето на Главлит и високите тиражи

Малко за цензурата

Социализмът, или времето между 1944 и 1989 г., несъмнено е период, който препраща към асоциации като *цензура, контрол, налагане на власт, политическа пропаганда, строг политически ред* и т.н. Това се отнася в пълна сила и за българското книгоиздаване през този период, в който редица органи се занимават с налагането на цензура и контрол над писането, съдържанието, издаването и разпространението на всякакви печатни издания.

Като основен цензурен орган за българското книгоиздаване се утвърждава Главното управление по въпросите на литературата и издателствата (Главлит), създадено в София през 1952 г. по съветски пример. Въпреки че този орган не просъществува дълго (едва до 1956 г., след което алтернативни организации заместват неговата служба), той успява да наложи много ограничения върху художествената литература в България. Главлит получава правото да съставя списъци със забранена литература и да възпрепятства издаването на всякакъв вид текстове.



Списък на вредна литература - Свитък 1¹

Част от забранените произведения са на знаменити писатели като Ангел Каралийчев с неговия сборник с разкази „Птичка от глина. Разкази и пътеписи“, Любомир Бобевски с редица негови произведения – „Въскресна нощ. Сценки“, „Под сянката на меча“, „Родино моя“ и др., Фани Попова-Мутафова – „На кръстопът. Повест“, „Разкази Т. II“,

¹ Свитък на вредна литература [Photo]. В: Официален блог на вестник „Диагноза: класик“ към НГДЕК, 02.06.2015 г. Достъпно на: <<https://diagnosisclassicus.wordpress.com>>



Димитър Талев – „Завръщане“, „Град Прилеп – борба за род и свобода“ и т.н. В основно мотото на Главлит по повод литературата, която забраняват, се превръща изразът „Вредни са всички тези книги, в които се възхваляват буржоазният морал, частната собственост и се споменава Господа“.¹

Въпреки непрекъснатата цензура и контрол върху българското книгоиздаване, времето на социализма успява да се похвали с изключително високите си тиражи и големия брой издадени заглавия. През преломната и военновременна 1944 г. броят на издадените книги е едва 737, макар че в навечерието на Втората световна война броят им е бил над 2000. Издателската продукция се увеличава и в края на 50-те години издадените книги надхвърлят 3000, а средният тираж – 8600. През следващите десетилетия средният тираж достига нива между 11 000 и 13 000, а през 1984 г. се достига рекордният за периода на социализма брой от 5367 издадени заглавия.

И малко за издателствата

В десетилетието след 9 септември 1944 г., освен количественият растеж на тиражите и новите книги, се наблюдава и процес на възникване на нови издателства, повечето от които държавни. След 1948 г. обаче настъпва период на строга централизация. С указ на Президиума на народното събрание право на издателска дейност получават *държавната, кооперативните сдружения и обществените организации с нестопанска цел*. Редица частни до този момент издателства, сред които „Хемус“, „Хр. Г. Данов“, „Бисер“, са били принудени да предадат цялото си имущество, помещения, материали и книги.²

¹ Главлит. Списък на вредна литература, свитък II, София: Държавна библиотека „Васил Коларов“, 1957

² Държавен вестник, брой 161 от 12.07.1948 г.



След превръщането на книгоиздаването в България в държавно-централизирана система, държавата ни разполага с 15 тематично разделени и неконкуриращи се помежду си издателства¹, сред които най-ранно възникналото от тях – „Партиздат“, основано още през 1944 г. През следващите години се основават „Наука и изкуство“, което продължава съществуването и дейността си и до днес, но от 1997 г. вече като „дружество с ограничена отговорност“; издателство „Народна младеж“, придобило популярност с издаването на литература за по-младата аудитория; „Български писател“, „Народна просвета“, „Отечествен фронт“, „Народна култура“, профилирано в издаване на преводна литература, „Отечество“, прочуло се с разнообразните поредици от детска художествена литература. В новите условия се основава и пловдивското издателство „Христо Г. Данов“, носещо името на прочутия издател и книжар. Появяват се и специализирани издателства като „Медицина и физкултура“, „Музика“, „Техника“ и Държавното военно издателство, също запазило дейността си до днес. Голяма популярност получават дългогодишни поредици като „Световна класика“, „Избрани книги за деца и юноши“ и библиотека „Фантастика“.

Държавните издателства от този период са определяни като „творческо-стопански организации без поделения“ със собствени парични фондове и подчинени единствено на държавното управление. А всички издателства, били те държавни, ведомствени или на обществени организации, работели по утвърден единен тематичен план, съгласувайки дейността си с полиграфическата промишленост и книгоразпространението.

¹ Гергова, Ани (състав.). Българска книга. Енциклопедия. София, Москва: Pensoft, 2004, с. 235



Издавана и четена литература по времето на социализма

Може би най-любопитният въпрос за книгоиздаването през социализма е какво са чели българите през този период.

Според статистиката през 1949 г., пет години след настъпването на социалистическата власт, делът на издадената българска литература в България е 69%, а на чуждоезичната – 31%. През следващите десетилетия съотношението се променя в полза на българската литература – през 1959 г. делът на българската литература се покачва на 87%, през 1979 г. има спад с 10%, а през 1989 г. достига 80%. Колкото до чуждоезичната литература, в първите години на социализма, напълно очаквано, най-превежданият език е руският. През 1959 г. изданията в превод от руски език са 264, докато книгите, преведени от немски, френски и английски, взети заедно, са 58. През 1979 г. отново най-много са книгите, преведени от руски език – 331 заглавия, следвани от тези, предени от английски език – 77. През 1989 г. се наблюдава рязък спад в броя на преведените от руски език книги – само 139, като от английски език са преведени 82 заглавия, от немски – 44, а от френски – 22.

Интересен е и въпросът с художествената и нехудожествената литература, издавана по това време в България. Според международни статистики България е на едно от челните места по издаване на книги от жанра „социална наука“. През 80-те години заглавията от този жанр били цели 30% от издадената продукция (за сравнение дори в Русия, по чиито стъпки върви българското социалистическо книгоиздаване, процентът е по-малък – 26). Художествената литература не може да се похвали с голям процент – за същия период издадената художествена литература в България е едва 20% от издадените книги¹.

¹ Пак там.



В периода на социализма в литературата, а и във всякакви други направления на изкуството, се налага жанрът „социалистически реализъм“. Конкретно за литературата критериите, на които трябва да отговаря една книга от този жанр, са: партийност, народност, героичност, исторически оптимизъм, социалистически хуманизъм.

Между 1948 и 1956 г. социалистическият реализъм достига върховата си точка в българското книгоиздаване, а всичко, което не обслужвало интересите на партията и не съдържало в себе си идеята за човека-машина – отдадения на труд работник, който не може да страда – не било считано за литература. Този период е белязан основно от творчеството на автори като Димитър Димов (случаят „Тютюн“: комунистическата критика, която опитва да спре романа, Вълко Червенков, който се застъпва за него и преработеното издание, което излиза впоследствие), Димитър Талев (също разкритикуван, а романът му е обвинен в *историческа безперспективност*), Ангел Каралийчев, Емил Коралов, Стоян Даскалов.

След 60-те години в българската литература властват текстовете със социална и философска насоченост, а известни автори от периода са Йордан Радичков, известен с първия тип колажно писане и непрекъснатото напрежение между традиционно и модерно в разказите му, Павел Вежинов, нашумял със своите криминални и фантастични романи, Блага Димитрова, Вера Мутафчиева, Ивайло Петров и др.

Въпреки, че българското книгоиздаване във времето на социализма се свързва основно с не много приятната дума „цензура“, не може да се отрече значимостта на този период. Високите тиражи, големият брой издадени книги, които достигат до все повече и повече читатели, новосъздадените издателства с професионално подготвени редактори, художници, оформители – това са някои от безспорните положителни страни на книгоиздаването през социализма.



Марияна Джелатска

Свободни книги и успешни издатели

Политическата промяна след 1989 г. води след себе си вълна от изменения в българската култура. С възраждането на свободното слово се формира ново, по-силно обществено мнение, интереси и влечения, които оказват влияние върху книгоиздаването. Новите икономически условия позволяват да се създадат много частни издателства, които още с влизането си на пазара се стремят към задоволяване на потребностите от литература, крити тайно от властта през предходните години. Немалко са задачите, с които се нагърбват издателите в настъпилата пазарна икономика. Те не обслужват вече политически интереси, не са цензурирани, а притежават пълна свобода, но и носят отговорността да бъдат изложени на обществената критика.

Един от ярките примери за книгоиздаване в променените условия е Вера Ганчева. Родена приблизително с идването на социализма в България (1943 г. в София), тя изгражда своя житейски и професионален опит в епохата на политически и идеологически ограничения. Въпреки това нейната любов към книгите позволява на творчеството и издателската и дейност да еволюират. Завършва славянска филология в Софийския университет, а след това учи шведски език и литература в Стокхолм. Всичко това допринася

за професионалната и кариера като преподавател, преводач и книгоиздател. Богат опит придобива от дейността си като главен редактор и директор в списания и издателства по време на социализма. Само две години след настъпването на демокрацията тя създава едно от най-успешните частни издателства след 1989 г. – „Хемус“ ООД.

Вера Ганчева превежда и издава също така голямо количество скандинавски книги. Работила по време на социализма и после започнала частен бизнес, тя приема мисията на носител на култура и знание. Убеждението и, че трябва да върви в посока напред и нагоре, желанието и за развитие и усъвършенстване, нейните професионални и личностни качества изстрелват издателство „Хемус“ на върха. Само по себе се то следва традициите на едноименния си предшественик отпреди социализма, но е и признак на съвременното. Издава и преиздава модерни и класически български автори, детски произведения, романи, поезия, проза и специализирана литература. Организира научни конференции, семинари и срещи с международно участие, което дава гласност не само на изследванията и в областта на скандинавската култура и литература, но и на бизнеса.

Издателство „Хемус“ прекъсва дейността си през 2001 г., като причината за това е желанието на Вера Ганчева да се отдаде изцяло на изследователска и преподавателска дейност, но скоро след това, през 2002 г., тя става съсобственик и директор на Издателска къща „Хемус Груп“ ООД, където продължава да дава своя принос за книгоиздаването.

Западната литература по време на социализма не е била напълно забранена, но за да се позволи присъствието и на пазара, внимателно се е следяло дали не е в разрыв с идеологията на системата. Западни автори дори са се включвали в програмата на учебните заведения, но след внимателен оглед. Необходимостта на читателите да се запознаят с най-новата световна литература, да черпят от чуждестранни



култури, от мнения и течения, се откроява все повече и задачата на издателите с амбиция за успешен бизнес става все по-сложна. Многобройните теми и идейно разнообразие на произведенията стават обект на професионално търсене. Засилва се вълната на модерното книгоиздаване.

Друго голямо име в книгоиздаването след 1989 г. е Божана Апостолова – писателка и основателка на Издателска къща „Жанет 45“. Родена през 1945 г. в Пловдив, тя е носител на Орден „Стара планина“ – I степен за изключително големите си заслуги в развитието на българската култура. Божана Апостолова отстоява традицията, но винаги се стреми към новите пазарни тенденции. Основава и полиграфически комплекс към издателството си. Тя е инициаторка и съучредителка на инициативите „Пловдив чете“ и „Младият Пловдив чете“, както и създателка на годишната литературна награда за поезия „Иван Николов“.

Издателството обръща внимание главно на съвременната българска поезия и проза и постоянно е в търсене на нови талантиливи български автори. „Жанет 45“ издава и преводни книги, макар и по-малко на брой в сравнение с българските издания. Качествената продукция и множеството теми печелят аудиторията, а поредиците изграждат широк кръг от верни фенове. Известните писатели, които поверяват произведенията си на „Жанет 45“, са част от успеха на издателството. Днес издателската къща на Божана Апостолова е широко известна, спечелила е доверието на читателите и се е превърнала в марка за качествена литература.

През годините „Жанет 45“ завоюва множество награди, сред които „Христо Г. Данов“, „Константин Константинов“ и „Бронзов лъв“ за принос в издаването на съвременна българска литература. Издателството организира събития, четения и премиери, допълнително популяризиращи богатата му книжна продукция.



Нуждите на читателите определят избора на издателя и в това се крие ключът към успеха. Макар и в различно направление, с различна цел, „Жанет 45“ постига резултат, сходен с този на „Хемус“ – успешни издателски къщи с висококачествена литература. Издателите използват своеобразен алгоритъм за успех, който произтича от класическото, минава през съвременните интереси на читателската аудитория и ражда модерното. В условията на свободен книжен пазар двете издателства използват капацитета си, за да дават на читателите това, което желаят, но без да правят компромис с художествената стойност на изданията си. Опираат се на добрата културна традиция и класиката, които стоят в основата на развитието и успеха на съвременното книгоиздаване.

Друго предизвикателство пред съвременните книгоиздатели е масовото потребление на медийна информация. С появата на интернет идват нови предизвикателства за издаването и разпространението на книги – по-интересни и достъпни, за да се поддържа успешният бизнес. Интерактивността и електронните издания са в помощ на издателските къщи за реализация на продукцията им. При по-големите издателски компании се наблюдава и извъниздателска дейност, която обогатява пазарното им присъствие и привлича повече клиенти.

Скъсало с идеологическите ограничения на социалистическия период, модерното книгоиздаване се стреми да превърне книгата в събеседник, а не пропагандатор. Между 1944 и 1989 г. не е било трудно за едно издателство да бъде успешно – в условия на липса на конкуренция и потискане на чуждо мнение. Но в условията на свободната конкуренция и необходимост от задоволяване на разноликите читателски интереси, правилният подбор на заглавията в комбинация с личностните качества, способностите и опита на издателите могат да издигнат една книгоиздателска фирма на върха. В



условията на пазарна икономика книгоиздаването се превръща в двустранен процес, в който читателят формира издателя и издателят формира читателя. Много са причините за успеха и много са пътищата, по които той може да бъде постигнат. Едно е сигурно обаче – книгоиздаването е трудна и отговорна дейност, която може да превърне личната любов към книгите в любов на многобройните читатели.

Илина Славова

Под смазващата цензура

Цензурата е средство за упражняване на контрол от хора, които имат власт, върху тези, които нямат. Тя съществува още от античните общества на Древен Рим и Древна Гърция. Умел похват за запазване на доверието към властимащите представлява потискането на материали, за които се смята, че са вредни за правителството или други управленски институции. Цензурата затваря очите на населението, мами го, че лъжа и зло не съществуват. Измества неугодните думи с по-подходящи, минали предварителна проверка. От думи до идеи, цензурата попарва всичко. Тя се появява в точните моменти – граждански безредици, диктатури, войни¹. Забраната на книги може да има много различни причини. Но каквито и да са те, най-често водят до още по-силно търсене на цензурираната книга и до точно обратния ефект.

Обект на моя интерес е военната цензура и по-точно как тя е повлияла на издателския бранш и четящите хора. По време на война налагането на цензура е обичайна практика. Общественото мнение трябва да се регулира и контролира.

¹ **Newth, Mette.** The long story of censorship. // Beacon for freedom of expression, 2010. Available from: <http://www.beaconforfreedom.org/liste.html?tid=415&art_id=475>



лира според желанията на властта. Затова изземането на някои свободи в такъв период се възприема за нормално.

Втората световна война е оставила белег върху народите с тежките си последици. Всички те представляват посегателство над хора – било физическо или психическо.

Още преди началото на войната в Германия се налагат нацистките идеи на Адолф Хитлер. Когато е установена еднопартийна диктатура, Йозеф Гьобелс е назначен за министър в Министерство на общественото просвещение и пропаганда в Райха. Ролята на това министерство е да централизира нацисткия контрол върху всички аспекти на немския културен и интелектуален живот. От вестници и книги до радио, всички медии са следени и проверявани. Изказването на мнения, които застрашават нацизма по какъвто и да е начин, е цензурирано или изцяло премахвано. На нацистите и техните симпатизанти е позволено да публикуват книги, но основно на теми, свързани с евгениката и антисемитизма.

Произведения, които не са отговаряли на изискванията на властта, са минавали под строга цензура. Изготвяни са списъци със забранени книги и автори. В него са включени големи имена като Алберт Айнщайн, Зигмунд Фройд, Ерих Мария Ремарк, Андре Жид, Ърнест Хемингуей, Франц Кафка, Джек Лондон. Някои книги са забранени, защото са написани от евреи, други просто защото не се вписват в нацистката доктрина¹. За да се покаже колко вредни могат да бъдат книги на теми, различни от наложената идеология, са организирани множество публични изгаряния на книги. Още преди започването на войната, само за една нощ, са изгорени над двадесет и пет хиляди книги. Те са били насилствено изземани от книжарници и библиотеки под предлог, че вредят на германците и не бива да се четат.

¹ United States Holocaust memorial museum. Nazi Propaganda and censorship. Available from: <<https://www.ushmm.org/outreach/en/article.php?ModuleId=10007677>>



Публично изгаряне на книги в нацистка Германия¹

Още по времето на Ваймарската република се създава Немският студентски съюз с цел да обедини студенти от цяла Германия. Тази организация просъществува до края на войната и участва активно в горенето на книги. Младежите дават материали от собствените си библиотеки, а когато там привършват, се пренасят към най-близките книжарници. Те посещават и градски библиотеки и ги съветват да сложат на лавиците си литературата, отговаряща на стандартите на Хитлер, и да изгорят всичко друго. Едно от най-големите нападения е в Института за сексуални науки. Само за един ден там са изгорени над двадесет хиляди книги и пет хиляди снимки.

Изгарянето на книги е кулминацията на преследването на онези автори, чиито творби или изказвания се про-

¹ Goebel, Georg. Nazi Book Burnings. // Picture Alliance, 16.05.2013. Available from: <<http://www.dw.com/en/cultural-incineration-80-years-since-nazi-book-burnings/a-16798958>>



тивопоставят на нацистката идеология. Някои писатели са лишени от гражданство, други са изпратени в концлагери, където съдбата им най-често била смърт.

Унищожаването на книги предизвиква реакции в чужбина. Например Хелън Келър, американска писателка и общественичка, пише, че колкото и книги на светлите умове да бъдат изгорени, идеите им вече са пръснати по света и са предадени на милиони¹.

Забранена е всякаква литература, която може да събуди либерални идеи. Част от цензурираните теми са пацифизъм, болшевизъм, марксизъм. Философските книги, както и тези за сексуалното образование и сексуалността, които не включват величието на арийската раса, са подложени на цензура. Забранено е и всичко, написано от евреи, независимо от тематиката. Не са пропуснати и книги, писани от емигранти. Течения в изкуството като Баухаус са смятани за упадъчни и също са забранени.

Понякога са цензурирани само части от книги. Например „Хайди“ и „Робинзон Крузо“ са адаптирани според нацистката идеология. От „Хайди“ са премахнати християнските елементи, а Петкан от приятел на Робинзон е превърнат в негов роб.

Цензурата върлува из цяла военизирана Европа, но тя има много други проявления и в мирно време. Дългогодишна е историята на цензурата върху периодиката и книжната продукция в Съветския съюз.

Основен орган, който следи за спазването на цензурата и я налага, е Главното управление по въпросите на литературата и издателствата, известно като Главлит. Основано през 1922 г., първоначално то отговаря за идеологическата цензура и спазването на държавна тайна, но впоследствие

¹ Keller, Helen. Helen Keller's response to Nazi Book-burning // American Foundation for the Blind, May 9 1933. Available from: <<http://braillebug.afb.org/hkholocaust.asp>>



задълженията му надхвърлят първоначалната идея. Планът се утвърждава от Народния комисариат на просветата. След 1933 г. този цензурен орган последователно сменя наименованията си, но продължава да съществува чак до 1991 г. Всяка година Главлит съставя примерен план на издателската продукция за цялата страна, определяйки обема и дела на литературата по отрасли и различни групи читатели. Главлит следи за изпълнението му и осъществява предварителна цензура на всички книги и периодични издания, внасяни от чужбина, както и на изнасяната съветска литература и периодика. Цензурната администрация следи и библиографските регистри на всички произведения, публикувани или внесени на съветска територия. Издадени са списъци с източници, които са политически вредни. Писателите в него са представени като „врагове на народа“. Основните обекти, подлежащи на цензуриране са тези, които не отговарят на официалната идеология – съдържат неприемлива информация за състоянието на страната или пък могат да се сметнат за негативни намеци.

В Съветския съюз техническата и научната литература не са подложени на толкова строга цензура. Но и тук много автори са забранени, независимо от темите, по които пишат. Най-известният пример за това е Александър Солженицин, който през 1974 г. е лишен от гражданство и екстрадиран. Издаването на негови произведения е забранено, но те били разпространявани чрез тъй наречения „самиздат“.

Това е интересен издателски феномен. Едно от значенията му е *съществуването на социално значими нецензурирани текстове, разпространявани от автора*. Именно чрез самиздат в Съветския съюз са публикувани много произведения, избегнали строгия цензурен контрол.

Относно тези забрани се чуват мнения на известни лица. Например руският писател Владимир Войнович твърди, че цензурата стимулира развиването и издаването на не



толкова талантливите писатели, стига да желаят и умеят да пропагандират политиката на Комунистическата партия на Съветския съюз (КПСС). За сметка на това властта е преследвала талантливите писатели, които не са се съобразявали с ограниченията на цензурата. За цензурните органи няма особено значение какъв текст се публикува, достатъчно е да не подкопава идеологическите основи на СССР. Целта е да се породи страх у писатели, издатели и читатели, като същевременно се толерират и издигат автори без талант, но с конформистко мислене.

Всяка книга, преди да се публикува, преминава през строг оглед. Авторите обаче са лишени от възможността да се запознаят с цензорните забележки.

Освен в книгоиздаването, цензурата има още много проявления. Независимо какви са те, нанесените щети в повечето случаи са необратими. Понякога цялото творческо наследство на автори е заличено, а самите те са преследвани само заради убежденията си. Някои писатели си налагат автоцензура, която според изследователите е смятана за най-сериозната проява на цензурата. Всички творци, които са пострадали от думите си, са нагледни примери за ужаса, който цензурата носи след себе си. Примери, които трябва да се помнят, за да не бъдат никога повторени.

Ясен Кънчев

От гара Кингс Крос до издателство „Блумсбъри“

По света няма човек, обичащ книгите, а още повече тези за фантастични светове, които да не е чувал за Джоан Роулинг и романите за магьосника Хари Потър. Неслучайно поредицата за *момчето, което оживя*, стана литературен феномен. Неговата история вече двадесет години вълнува милиони деца и възрастни по целия свят. Седемте тома са екранизирани в осем касови филма, а приказният свят на Джоан Роулинг не спира да се разраства и до днес, представяйки на феновете непознати досега герои и събития. В Лондон е поставена пиесата „Хари Потър и прокълнатото дете“, а писателката създава и сценариите на филмите от новата поредица „Фантастични животни“. Но за да постигне тези успехи и да спечели славата си, Джо неведнъж е минавала през големи изпитания.

Джоан Роулинг е родена на 31 юли 1965 г. близо до Бристол, Англия, в семейството на Питър и Ан Роулинг. Баща и` е самолетен инженер в заводите на „Ролс-Ройс“, а майка и` работи в отдела по химия в училището, което Джоан посещава в детските си години.



Любовта и` към книгите е голяма още от ранна детска възраст. Тя израства в обкръжението им. Казва, че живее за тях! Самата тя се определя като „книжен червей“¹. От малка мечтае да стане писателка и знае, че би посветила живота си на това, ако съдбата и` предостави тази възможност.

Хари Потър и неговият свят се раждат внезапно. Докато Джо пътува с влака по линията Манчестър – Лондон, изведнъж си представя цялата история и дори името на главния герой. И тогава започва да пише. Годината е 1990-а.

Пет години по-късно, когато Джоан Роулинг приключва работата си върху първия роман от поредицата, тя е на прага на бедността – самотна майка с малко дете, при това безработна, със социална помощ от шестдесет и девет британски лири на седмица. Живее под наем в Единбург. Без опит в книгоиздателския бизнес, тя започва да търси литературен агент. Изпраща книгата на две агенции. Първата, „Дъ Райт Стаф Ейджънси“, отхвърля книгата, но литературният агент Кристофър Литъл и` подава ръка и е готов да се срещне с нея.

Джоан Роулинг отива в Лондон, за да обсъдят книгата. По договор, като неин агент, Кристофър Литъл поема ангажимент да намери издател на ръкописа, а също така да преговаря по правата за всички сделки с него – от дистрибуцията до евентуалното филмиране. Той е и човекът, който я убеждава да промени начина, по който изписва името си, като предлага да добави инициали. Обяснява промяната с това, че момчетата не биха чели книга, написана от жена. Така „Джоан“ се заменя с „Дж.“ и се добавя инициалът „К.“, който идва от името на баба и` Катлийн. Ръкописът е изпратен до няколко издателства, но многократно е отхвърлян, докато един ден, през август 1996 г., не попада в правилните ръце – на издателите от „Блумсбъри“.

¹ J. K. Rowling. Available from: <<https://www.jkrowling.com/about>>



Издателска къща „Блумсбъри“ е основана в Лондон през 1986 г. от Найджъл Нютън. Освен в Лондон има офиси в Ню Йорк, САЩ, а също в Ню Делхи, Индия и Сидни, Австралия. Основната дейност на „Блумсбъри“ се разпределя в четири отдела.

Отделът за академична и професионална литература (Bloomsbury Academic and Professional Division) подготвя изданията, свързани с хуманитарните и социалните науки, като всяка година публикува над 1000 заглавия – както печатни, така и дигитални. „Блумсбъри“ е сред водещите британски издателства за литература, свързана със законодателство, данъци и счетоводство. През 2013 и 2014 г. е носител на Наградата на книготърговците за *Академичен, образователен и професионален издател*, а през 2013 г. получава също наградите на Съюза на независимите издатели за *Независим издател на годината* и *Академичен и професионален издател на годината*.

Отделът за корпоративни издателски услуги (Bloomsbury Content Services) помага на фирми и организации да достигнат до своята аудитория от партньори и клиенти. Издателството предоставя иновативно съдържание, маркетингови и издателски услуги. Този отдел отговаря и за издаването на бизнес литература.

Другите два отдела се занимават с художествената литература за възрастни (Bloomsbury Adult Publishing) и за деца (Bloomsbury Children's Publishing). Списъкът с авторите, издавани от „Блумсбъри“, е голям и включва множество успешни писатели. Един от тях е Хауърд Джейкъбсън, награден през 2010 г. с наградата „Ман Букър“.

Детският отдел е създаден през 1994 г., когато издателството привлича Бари Кънингам със задачата да изготви началното портфолио с детска литература. Новата книжна продукция на издателството добива голяма популярност и носи успех на „Блумсбъри“. Най-голяма заслуга за това е именно ръкописът на Дж. К. Роулинг, който прави впечат-



ление на Бари Кънингам. Той решава да го занесе на осемгодишната си дъщеря Алис, за да види как тя ще реагира, когато го прочете. Историята толкова се харесва на момичето, че когато я прочита, тя написва първото „ревью“¹ на романа. В него казва, че историята я е накарала да почувства вътрешна топлина, и че според нея това е една от най-добрите книги, които едно осемгодишно дете може да прочете.

Още на следващия ден ръкописът е приет за издаване от редакторите на „Блумсбъри“. Предстои подготвянето на книгата за печат и има още много работа, която трябва да се свърши, преди романът да се появи в книжарниците. Но Дж. К. Роулинг е изключително щастлива, защото най-накрая някой ще превърне в реална книга нейната история. Тя е изключително признателна на Бари Кънингам, че е повярвал в нея, и споделя: *Ако не беше той, поредицата за Хари Потър може би още щеше да е само една мечта в килера под стълбите... Съмнявам се, че който и да било от авторите, работили с Бари, може да му е по-благодарен от мен*².

Първият тираж на „Хари Потър и Философският камък“ е петстотин броя - стандартният тираж за дебютен детски роман. Издателите се надяват на успех на новата книга, но не подозират в каква сензация ще се превърне творбата.

На 21 юли 2007 г., малко повече от десет години след публикуването на първата книга, Дж. К. Роулинг вече е написала и последната, а от „Блумсбъри“ са издали останалите шест тома. Успехът на романите е феноменален, те чупят стари и поставят нови рекорди. Поредицата за Хари Потър

¹ The excitement in this book made me feel warm inside. I think it is possibly one of the best books an 8/9 year old could read. - ревиюто, което Алис пише за романа, е включено в изложба, посветена на „Хари Потър“ в Британската библиотека. Достъпно на: <<https://www.bl.uk/a-history-of-magic/articles/a-brief-history-of-magic>>

² Дж. К. Роулинг за Бари Кънингам, редактора на Детския отдел на „Блумсбъри“.



е една от най-успешните в цялата история на книгоиздаването до момента.



Хари и семейство Дърсли. Илюстрация на Дж. К. Роулинг¹

През годините книгите са преиздавани много пъти. Има дори издания с корици за възрастни. Правени са юбилейни и специални издания, електронни и аудиокниги. Един от най-новите проекти е публикуването на изцяло илюстрирани издания на книгите. За художник е избран талантливият Джим Кей, който вдъхва нов живот на историята със своите невероятни илюстрации. Друг успешен проект

¹ Rowling, J. K. Harry and the Dursleys. In: Harry Potter Wiki, August 2016. Available from: <http://harrypotter.wikia.com/wiki/File:JKR_Harry_and_the_Dursleys_illustration.png>



са аудиокнигите – текстът е прочетен от известния английски актьор Стивън Фрай. През 2017 г., по случай двадесетата годишнина от издаването на „Хари Потър и Философският камък“, от „Блумсбъри“ подготвят ново издание с четири различни корици. Всяка от тях е с герба на един от домовете¹ на Хогвортс², а също така е и в цветовете³ на съответния дом.

Никога няма да разберем каква би била съдбата на Дж. К. Роулинг, нито на нейната вълшебна история, ако издателите от „Блумсбъри“ не бяха запалили искрата на огромния потенциал на нейната поредица. Така както често наричат Дж. К. Роулинг „майката“ на Хари Потър, издателство „Блумсбъри“ може да носи титлата негов „баща“. Нужни са и двамата родители, за да се създаде и отгледа най-прочутият магьосник на света!

¹ Грифиндор, Хафълпаф, Слизтерин и Рейвънклоу – домовете в Хогвортс са мястото, където възпитаниците на училището живеят по време на учебната година – Б.а.

² Хогвортс – училището за магьосничество, в което Хари е ученик. – Б. а.

³ Червен, жълт, зелен и син – Б. а.

Кремена Христова

Големите 5 – мразени и възхвалявани

Първите книги са написани на ръка, върху папирус или пергамент, подвързан с кожа. Създаването на книги постепенно става занаят, а после се превръща в изкуство. Оскъдните материали и продължителната направа обаче правят книгите изключително скъпа стока и познанието се превръща в лукс, достъпен само за най-заможните. Библиотеките на аристократите са наброявали най-много двадесет заглавия, като изработката само на едно от тях е отнемала около година.

С настъпването на Ренесанса усъвършенстването и ерудицията стават висши ценности и започва да се усеща потребността от достъпни книги за по-широки слоеве от обществото. Появява се книгопечатането и постепенно книгите започват да заемат все по-важно място както в личния, така и в професионалния живот на хората.

Изработването на книги някога е било изключително трудоемък процес, много по-дълъг и сложен от книгоиздаването, което познаваме днес. В съвременното книгоиздаването в голяма степен е бизнес. Енциклопедия „Британика“ го дефинира като *чисто търговска дейност, която се интересува повече от печалбата, отколкото от литературните достойнства на произведенията*. Напредъкът в информационните техноло-



гии, развитието на интернет и масовият достъп до разнородна информация оставят огромен отпечатък върху бизнеса с книги. Сега възможностите пред авторите, търсещи признание, са много повече в сравнение с близкото минало. Добрата новина е, че всеки може да издаде произведението си. Лошата обаче е, че всеки може да издаде произведението си.

На най-големия книжен пазар в света – Съединените щати, днес има три основни начина един ръкопис да се превърне в готов продукт: самопубликуване, издаване чрез малки и средни издателства или чрез някоя от Големите 5 издателски компании. Първата възможност, изключително популярна в момента, е достъпна платформа за лесно и най-вече бързо издаване на книга и пускането ѝ на пазара. В голяма част от традиционните издателства подготовката варира между една и две години. Най-трудно, но и най-престижно и най-перспективно, е да постигнеш издателски договор с някой от петте издателски гиганти в САЩ. Така за авторите възниква въпросът коя от алтернативите да изберат.

Но първо, кои са Големите 5 и какви са техните постижения?

Големите 5 е понятие, с което се назовават петте най-големи издателски компании в Съединените щати. Те издават около 60% от книжната продукция в страната. Някои от тях са местни компании, но други имат чужди собственици. За съжаление имиджът на тези гиганти е под постоянната обсада на иронията и негативизма. Все повече се налага мнението, че тези пет влиятелни компании са едва ли не злодеите в приказката за книгата, а тяхната пазарна „диктатура“ достига измеренията на книгоиздателски картел¹.

¹ Shatzkin, Mike. No, the Big Five are not a Cartel and It Really Ignores Reality to Label Them as One, 29 January 2015. Available from: <<https://www.idealogue.com/blog/no-the-big-five-are-not-a-cartel-and-it-ignores-reality-to-label-them-as-one>>



Всъщност Големите 5 отначало са били Големите 6. Цифрата се променя през 2013 г. със сливането на „Рандъм Хаус“ и „Пенгуин Груп“. *Официално е. Вече сме #PenguinRandom House* – с този пост в твитър „Алфред Кнопф“¹, дъщерна фирма на обединената компания, потвърждава най-голямото сливане в историята на книгоиздаването. Новата издателска група има офиси, разпръснати из целия свят, с общ персонал над 10 хиляди души, като издава над 15 хиляди нови заглавия годишно.

Междувременно се заговори за Големите 4, защото още през 2012 г. се появи информация за преговори за сливане между „ХарпърКолинс“ и „Саймън и Шустър“. Интересно би било да се наблюдава обединяването на две толкова различни, но същевременно толкова мощни издателски групи. „ХарпърКолинс“ е част от огромната медийна империя „Нюз Корпорейшън“ на Рупърт Мърдок. Преди да се превърне във водеща издателска сила, тя самата е била продукт на сливането на „Колинс“ и „Харпър и Роу“ през 1990 г. Чрез формирането на една обща компания е създадено и така разпознаваемото лого на „ХарпърКолинс“ – стилизирани пламъци над вълни. Издаваната литература е изключително разнообразна и се простира от образователни заглавия до романтика. Най-известни обаче са изданията на класически произведения, с които „ХарпърКолинс“ се налагат на пазара. Автори като Марк Твен и сестрите Бронте се издават редом с Агата Кристи и Дж. Р. Р. Толкин.

От своя страна „Саймън и Шустър“ разчитат повече на актуалното и модерното. Започват дейността си, като издават това, което в момента се търси от потребителите. Идеята за сформиранието на издателството идва, след като лелята на

¹ Издателство, кръстено на Алфред Кнопф-Старши, известен с елегантни и изпипани до съвършенство издания. – Б.а.



един от основателите, запалена почитателка на кръстословиците, иска да намери книга, пълна само с ребуси.

С откритието, че такова издание все още не съществува, Ричард Саймън и Макс Шустър решават да се възползват от новата възможност. Те започват да практикуват „планово“ или „модно“ книгоиздаване, както го нарича Саймън. През годините издателството претърпява много сливания и разделяния, като в началото на XXI век „Саймън и Шустър“ става част от корпорацията Си Би Ес. Днес издателската им продукция включва над 2000 заглавия годишно.

Друга компания в челната петица е „Макмилтън“, което се профилира в образователната литература – учебници и речници. Създадено е във Великобритания през 1843 г. и публикува произведенията на известни автори като Чарлс Кингсли и Томас Харди. Първият офис на „Макмилтън“ в Съединените щати отваря врати през 1869 г., а през 90-те години на XX век издателството е една от водещите компании, осигуряващи английски речници и учебници, адаптирани за руския пазар. Най-шумните прояви на „Макмилтън“ са активното участие в съдебния процес „Съединените американски щати срещу Епъл“, засягащ цените на електронните книги, и признанието за подкупи с цел подсигуриране на проект за ограмотяване в Южен Судан. Днес „Макмилтън“ принадлежи към немската издателска група „Холцбринг“.

Последно (но не и по важност) в изброяването на „Големите 5“ е „Ашет“. Тя е мощна френска медийна компания, която принадлежи към групата „Лагардер“. Основана е през 2006 г., когато „Ашет Ливър“ купува „Тайм Уорнър Буук Груп“ от „Тайм Уорнър“. За една година издателството пуска на пазара над 1400 заглавия за възрастни, 350 за млади читатели и 450 аудиокниги. Издателската компания също нашумя по време на съдебния процес „Съединените щати срещу „Епъл“, като се стигна дотам „Амазон“ да излезе с



официално съобщение, че повече няма да разпространява книги на „Ашет“.

Фактите са налице. Безспорно петте най-големи издателства на САЩ са много влиятелни и могат да осигурят големи възможности на прохождащи, а и на вече утвърдени писатели. Защо тогава традиционният начин на публикуване постоянно търпи критика и алтернативите са все по-популярни и предпочитани? Отговорът може би се крие в разсъжденията на един писател.

В статията си „Защо авторите избягват Големите 5?“¹ писателят Хари Бингам излага своите наблюдения върху книгоиздаването и дава интересна гледна точка по темата как си взаимодействат традицията и иновациите. Статията не показва големите издателства в най-добрата им светлина, но е интересно да се проследи как авторът е разделил събитията от книгоиздателския бизнес в няколко ери.

Според Бингам през *първата ера* в издателските среди успехът на дадена книга все още зависи от „старомодните“ начини за популяризиране – изготвяне на постери, реклами по вестници, листовки и разделители, всевъзможни артикули, които постоянно да държат новото заглавие в полезрението на читателя. Продажбите зависят изцяло от позиционирането на изданието на книжния пазар. Неочаквани икономически обрати обаче изискват нова стратегия и адаптиране към пазара.

Втората ера в книгоиздаването настъпва в разгара на финансовата криза от 2008 г. Все повече книгоразпространители претърпяват финансови загуби и в опит за стабилизирание на пазара всичко, което преди е отивало за по-малка реклама, сега компенсира книготърговците. Цените падат драстично и отстъпката става по-ефективен начин за

³ Bingham, Harry. Why Authors Walk Away From Big 5 Publishers?. 5 February 2015. Available from: <<https://www.janefriedman.com/walk-away-good-big-5-publishers>>



привличане на клиенти от плакатите и рекламите в метрото. Технологичният прогрес напредва все повече и така настъпва следващият период според класификацията на Бингам.

Според автора *третата ера* в индустрията е тази на навлизането на технологичния прогрес на пазара на книги. Дигитализирането на изданията се описва като *нещото, което е предизвиквало безсънни нощи на издателите заради опасността традиционните начини за разпространение на книги да изчезнат*¹. Статистиката наистина показва спад в продажбите на книги на хартиен носител. С новата технология започна да се възприема и амбициозното схващане, че книгата в печатен формат, познат от векове, ще изчезне и ще бъде заменена от електронно нейно съответствие. Очакванията не се оправдаха и популярният израз „мишката изяде книгата“ остана само като тема за есе в часовете по литература. Промяната, която всъщност настъпи с представянето на електронната книга на масовия потребител, донесе нови възможности за публикуване. Самопубликуването и независимите автори стъпиха на сцената и традиционният начин да станеш известен чрез сътрудничество с професионално издателство вече не е единственият. Това е и нашата реалност – възможността да се обмислят няколко варианта и да се избере този, който е най-удобен за дадения автор.

Защо тогава един от Големите 5 не е очевидният избор?

Да превърнеш своя ръкопис в световен бестселър е трудна задача и често не се получава от първия път, но да те издаде голямо издателство определено има много положителни аспекти.

От щастливото обаждане, че книгата ти ще бъде издадена от утвърдено издателство, започва непрекъснатата

¹ Пак там.



усилна работа, докато изданието не се озове в ръцете на читателя. Редактирането, коригирането, графичното оформление, изработването на корицата и всички останали издателски процеси се извършват според договора с автора и така се получава готовият за продажба продукт. А ако той се превърне в хит, следват турнета, медийни изяви и световна слава.

В страха от неуспех се крие разковничето на въпроса защо много автори предпочитат алтернативата пред традицията. Дори договорът с някое от Големите 5 издателства да е налице, това не гарантира световен успех, милиони долари от продажби и права за филмова продукция. В повечето случаи това, което „убива“ една книга, са времето на издаване, неправилното пазарно позициониране, несъобразената таргет група и куп други фактори, които изобщо не засягат художествените достойнства на книгата или таланта на автора. Риск от неуспех винаги има и фокусът на издателствата е да предотвратят подобни явления.

Отличителният белег на една водеща издателска сила са бизнес връзките, производствените мощности и маркетинговият капацитет. Независимо по какъв начин е издадена, една книга може да стане световноизвестна или да се изгуби в потока от нови заглавия. Издателство с големи мащаби има възможностите да отговори на засиленото търсене, докато при независимите автори и самопубликуването това е почти непостижимо. Малките издателства пък биха могли да отговорят на първоначалното търсене, но в редки случаи притежават капацитета да отпечатат достатъчно продукция, за да задоволят целия пазар.

Засиленото търсене при оскъден тираж е лош сценарий, и колкото да е хубаво едно издание, при невъзможност за достигане до потребителя ще отстъпи на следващата голяма мания.



Какво всъщност печелят авторите от избор на мощно издателство?

Големите 5 доминират на пазара и издават най-голям дял от заглавията, достигащи читателите. Това е довело до заключението, че утвърдените компании работят заедно, за да елиминират всякаква друга конкуренция и изобщо не се състезават помежду си. Съревнованието обаче е жестоко и издателствата постоянно обмислят и търсят начини да привлекат автори в своите редици. За да се избегне рискът от загуба на интерес от страна на автора, повечето издателства, най-вече големите, изплащат авторските възнаграждения предварително и полагат усилия да представят писателя пред читателската публика.

През 2015 г.¹ най-големият бюлетин в издателската индустрия „Пъблишърс Лънч“ публикува статистика² за общия дял от пазара на книги в САЩ на четири от петте водещи издателски компании:

„Пенгуин Рандъм Хаус“	37%
„ХарпърКолинс“	17.5%
„Саймън и Шустър“	11.7%
„Ашет“	9%

Тези данни дават обща представа за ситуацията в книгоиздаването, но трябва да отбележим, че никое издателство не предоставя достъп до цялата си финансова информация и политиката на някои големи компании е по-прозрачна от тази на други. Като причини за финансовите си загуби

¹ По времето на написване на този текст не беше открита по-нова статистика.

² Mcilroy, Thad. What the Big 5's Financial Reports Reveal About the State of Traditional Book Publishing. 5 August 2016. Available at <<http://www.bookbusinessmag.com/post/big-5-financial-reports-reveal-state-traditional-book-publishing>>



издателските къщи най-често изтъкват нереализирани прогнозни продажби и загуби по вина на бестселърите. Споменатото по-горе предимство на масовото производство в някои моменти се превръща и в недостатък, който води до неоправдани парични инвестиции.

В заключение може да се каже, че няма вариант, в който издаването на една книга да носи само печалба и позитивни отзиви. Поне такъв не е измислен до момента. Големите издателства обаче притежават опита и възможностите да дадат солидна основа на една книга и да я направят разпознаваема на пазара. Безспорно, създаването и издаването на бестселър не е занимание за един ден. Та кой не иска да бъде световно-известен автор!

Мисия, бизнес или занаят

Явора Руменова

Редакторът и неговата работа

На всеки е известно, че „редактор“ е лицето, което чете и редактира (променя) текста на книгата. Малко хора се замислят върху това какви са принципите на редактирането; има ли алгоритъм, който редакторът трябва да следва в работата си; докъде се простират неговите права върху текста и неговото въздействие върху автора.

Какво всъщност прави редакторът?

Едно от най-често срещаните обяснения на глагола „редактирам“ е *променям текста с цел да го направя по-добър*. Това простичко определение дава две много важни опорни точки за работата на редактора. На първо място той работи с текст и се очаква да се съсредоточи единствено върху него – не върху автора, темата, жанра или пък върху маркетинговата стратегия на издателството. Редакторът трябва да бъде отдаден на текста изцяло. Той трябва да обича текстовете, да е чел много и да умее да „потъва“ в написаното.

На второ място редакторът трябва да има ясна цел: текстът, върху който се работи, не трябва да бъде просто променен. Той трябва да бъде подобрен.

Какви ще бъдат тези подобрения е въпрос на субективна преценка и поради това работата на редактора е обре-



менена и с много етични съображения. Той не бива да осакатява текста в опит да го направи по-продаваем. Не бива и да изисква от автора сюжетни или стилистични промени, които имат за цел да угодят на личния му литературен вкус. Въздействието му трябва да е такова, че да насочва автора, а не да изема авторството му... Редакторът трябва да бъде и обективен: колкото и да му харесва даден текст, той е длъжен хладнокръвно да го изследва за фактологични грешки или безмилостно да отреже словесните излишъци.

Фактологична проверка

Фактологията (от латински *factum*, нещо, което се е случило) има различно значение в редакторската работа в зависимост от жанра и тематиката на текста. В публицистиката и документалистиката, както и в историческата литература, основна отговорност за съответствието на изложението с обективната и историческа действителност носи самият автор (предполага се, че той не би се заел с изследване на социалното въздействие на индустриалната революция или с биографията на кралица Виктория, ако сам не се чувства достатъчно подготвен по въпроса). Независимо от това редакторът трябва да е достатъчно запознат с предмета на творбата, за да може да забележи евентуални неточности. Когато материята изисква тясна специализация, особено в научната литература, към процеса трябва да се привлече и научен редактор. Понякога в научно-популярната и в учебната литература редакторът сам специализира в дадена област, например „история на изкуството“.

В художествената литература фактологичната проверка отново има различна тежест и обем в зависимост от жанра. В един фентъзи роман например няма почти никаква нужда от такава проверка. Ако обаче сюжетът претендира за достоверност, особено ако засяга обществени и политически въпроси, редакторът трябва да провери дали няма разминавания меж-



ду събитията от творбата и обективната действителност. Това включва очевидните факти, към които в произведението има отпратки или позовавания: години, местоположения, политическа обстановка, публични фигури и така нататък. Освен това редакторът трябва да има набито око за подводните камъни в текста (*Колко часа трае полетът от Брюксел до Ню Йорк? Имало ли е телевизори с плосък екран през 1994 г.? Кога излиза хитът „Като молитва“ на Мадона?*). Дребните фактологични грешки и разминавания в художествената литература със сигурност не са фатални за изданието, но правят впечатление на взискателния читател и донякъде поставят под съмнение професионализма на редактора, а оттам и на издателството.

Последователност и достоверност на сюжета и литературните герои

Изследването на сюжета и на достоверността на литературните герои се отнася само до художествената литература и, в по-редки случаи – до публицистиката, доколкото литературният герой и действието се използват като инструмент в някои статии или есета. За разлика от фактологичната проверка, тук липсва обективен критерий, по който да се прецени доколко действието и героите са *неподправени*: това зависи само от усета и личното впечатление на редактора. Долавянето на възможното, но неправдоподобно действие или персонаж изисква талант и много читателска практика.



Максуел Пъркинс

Източник: <https://vickielester.com>



Изследването на сюжета на първо място служи като проверка за грешки и пропуски от страна на автора: дали има „дупки“ в повествованието, недовършени или излишни сюжетни линии и най-вече каква е причинно-следствената връзка между различните действия. Редакторът трябва да усеща кога „следствието изпреварва причината“, тоест кога действието става неестествено с цел да обслужи предварителното желание на автора да го вкара в определени релси. Не е добре сюжетът да бъде направляван от съмнителни случайности, „паднали от небето“ обстоятелства или внезапен (и необяснен от автора) катарзис у някой от героите. Това е особено важно при развързката.

Същото се отнася до литературните герои. Въпрос на интуиция от страна на редактора е да открие неправдоподобния герой – това може да бъде плюсък, лишен от жизненост персонаж или напротив, преднамерено сложен, претенциозен и в крайна сметка неубедителен герой. Особено внимание трябва да се обръща на пряката реч – добре е героите да разкриват себе си чрез собствените си думи, като при това се изразяват естествено, достоверно и в съответствие с представата, която авторът се стреми да изгради за всеки един от тях. „Спънатите“ диалози, употребата на думи и изрази, които не се използват в живата реч, клишираният или прекалено драматичен изказ трябва да бъдат редактирани.

Максуел Пъркинс (1884-1947) е един от най-известните американски редактори. Работи за издателство „Скрибнър“ от 1910 г. до смъртта си, като за тези близо четири десетилетия открива и представя пред читателската аудитория някои от най-големите имена в американската литература – Ърнест Хемингуей, Франсис Скот Фицджералд, Томас Улф, Ърскин Колдуел и други. Максуел Пъркинс е известен като изключително отдаден на професията си, много задълбочен, с отличен нюх за писателския талант и ненадминат в способността си да насърчава и на-



пътства авторите, с които работи. На българската страница на Томас Улф в „Уикипедия“ може да се намерят откъси от есето „Историята на един роман“, в което Улф говори основно за сътрудничеството си с Пъркинс. „Един голям редактор, мой добър приятел, сподели с мен преди половин година, че съжалявал задето не си е водил дневник за работата на двама ни – за цялостното хрумване, залавяне, разработване, завършване и край, за десетките хиляди размествания, промени, победи и поражения, които влизат в създаването на една книга. Този редактор отбеляза, че някои от тях са фантастични, голям брой – невероятни, но всичките са удивителни...“ Цялото есе е отпечатано на български в сборника „Гражданско неподчинение: Американски есета“, изд. „Георги Бакалов“, 1981 г. През 2016 г. излиза филмът „Геният“, посветен на приятелството и партньорството между Пъркинс и Улф.

Композиция

Думата *композиция* идва от латински език, където означава *подреждане, съставяне* и в литературата има точно това значение – как е *подредена* литературната творба. Сложна вътрешна композиция имат преди всичко по-дългите форми в художествената литература – новела, роман, както и някои автобиографии и биографии, мемоари, научни изследвания и други обемни произведения. Разказите, басните, есета, статиите и другите къси литературни форми обикновено имат по-проста композиция, а някои от тях следват установени формули за изложението – например *история-поука* при баснята или *теза-аргументация-заключение* при есето. За сметка на това късите литературни форми обикновено се издават в сборници, които също трябва да бъдат композирани (подредени) по възможно най-уместния начин в зависимост от целите и тематиката на сборника.

Логическа композиция. Докато при последователността и достоверността на действието редакторът изследва сюжета



в неговата цялост, при логическата композиция той се занимава само с подредбата на отделните фрагменти в творбата: как се въвежда историята, как се развива впоследствие, как и къде се намират предисториите и отклоненията, как се редуват различните сюжетни линии. Композицията може да е класическа – повествованието се развива линейно, епизодите са в хронологична последователност, предисториите са равномерно разпределени и са точно на местата, където са необходими, за да обяснят дадена ситуация. В други случаи композицията е по-раздвижена, например творбата започва с финалната сцена, за да заинтригува читателя, или започва от средата на сюжетната линия, като впоследствие се „разплитат“ и предварителните, и бъдещите действия. Модерната литература приема охотно всякакви вариации на логическата композиция, включително и пълната липса на такава; все пак среднотатистическият читател не обича разхвърляното действие. Ако сюжетът е подреден така, че след прочитането на една трета от книгата читателят все още недоумява *кога, къде и с кого* се случва описаното, то е много вероятно тя да остане недочетена.

Естетическа композиция. Под естетическа композиция се разбира въздействието, което вътрешните текстове имат в зависимост от това в какъв ред са поднесени. Естетическата композиция има огромно значение за възприемане на отделния подтекст и за цялостното възприемане на творбата. В уроците по композиране на цветове се взема един тон, например бледожълто, и се поставя върху един или повече фонове цветове в различни комбинации. В зависимост от фоновите цветове основният цвят придобива съвсем различни оттенъци. Естетическата композиция в литературата се гради върху същия принцип. Отделните епизоди трябва да бъдат *подредени* така, че всеки от тях да изпъкне по специфичен начин и да породи търсеното въздействие върху читателя. Например един силен и драматичен епизод може



да бъде поставен между два съзерцателни, но може и да бъде последван от още по-въздействащ, за да се поддържа интригата и интересът на читателя.

Техническа композиция. Техническата композиция определя форматиранието и визуалното онагледяване на вътрешните елементи от творбата – това са например решението дали тя ще има глави, дали те ще имат заглавия, или ще бъдат само номерирани; дали и как ще бъде оформена „паузата“ между различни епизоди в рамките на една глава (с номер, знак или няколко празни реда) и други подробности по техническото подреждане на текста. Техническата композиция също може да бъде много оригинална и въздействаща – например романът „Котешка люлка“ на Кърт Вонегът се състои от множество къси, абсурдно озаглавени глави, които придават много особен ритъм на четене и възприемане на произведението.

„Да убиеш присмехулник“ на американската писателка Харпър Ли е счтан за един от най-значимите романи на XX век и днес е част от класиката на американската литература. Първоначалният текст с работно заглавие „И страж да бди на пост“ е купен от издателство „Джей Би Липинкофт&Ко“ през 1957 г., а редактор на ръкописа става Тереза фон Хохоф Торей, известна като Тай Хохоф. Под нейно ръководство младата Харпър Ли преработва изцяло романа, и то няколко пъти. Работата върху ръкописа отнема цели три години до първото издание през 1960 г. Промените са значителни, например в наратива – първоначално повествованието се води от младата жена Скаут, която се връща в родното си градче Мейкомб, Алабама, и по време на престоя си спомня отделни моменти от детството. Във финалния вариант разказът се води от шестгодишната Скаут, което налага и големи промени в стила. Порасналата Скаут и нейните вътрешни конфликти изцяло отпадат от сюжета, а основният фокус се измества върху съдебния процес срещу млад чернокож мъж в Мей-



комб. Оригиналният ръкопис от 1957 г. е намерен и издаден едва през 2015 г. с оригиналното си заглавие „И страж да бди на пост“ от „Харпър Колинс“ в САЩ (в България от ИК „Бард“, 2015 г., в превод на Любомир Николов). Сравнението между двете книги дава представа за огромното въздействие, което редакторът може да има върху автора и неговото произведение.

Стил

Стилистичната редакция не се подчинява на указания: тя зависи повече от особеностите на конкретния текст и от вкусовете на конкретния редактор, отколкото от някакви теоретични правила. Поради това тя е особено трудна. Стилът е „почеркът“ на автора и въпросът дали и доколко на редактора е позволено да влияе върху оригиналния стил поставя някои затруднения – както практически, така и етични. Личността на автора е от огромно значение, когато върху ръкописа се налага стилистична редакция. Някои автори много държат по изказа им да няма никакви промени. Други, особено дебютиращи, гледат на редактора си като на безусловен авторитет и са готови да приемат всеки негов съвет. Във всеки случай редакторът, особено когато усеща, че работи с талантлив автор, трябва да бъде особено внимателен при стилистичните промени, като същевременно се постарее крайният текст да бъде написан във възможно най-добър стил. Това никак не е лесно, преди всичко защото „добрият стил“ в литературата не може да бъде дефиниран (изучаването на теория на литературата обаче може да даде някои ценни насоки в тази връзка).

Едно общо упътване за добрия стил е *как звучи* написаното, и то в най-буквалния смисъл: обикновено текст, който не звучи добре при четене на глас, с нищо не е по-добър в печатния си вид. Това се отнася не само до художествената и популярната литература. И в документалистиката, и дори в научната литература е желателно да се следват правилата на



говоримия език, за да може читателят естествено да възприеме, осмисли и разбере прочетеното. В началото бе *словото*, твърди Евангелието на Йоан, и макар този израз в Библията да има друг смисъл, той спокойно може да бъде приложен в редакторската практика като едно от „златните правила“ на стила: писмената реч следва устната. Това обаче е само една обща насока, с която далеч не се изчерпва преценката за качествата на даден текст в стилово отношение, нито пък отговаря на всички практически въпроси.

Докато „добрият стил“ не се поддава на описание, има някои характеристики на „лошия стил“, които могат да помогнат на редактора да внесе поне най-необходимите подобрения. Редакторът трябва да познава най-често срещаните стилистични недоразумения и да се старее да ги „изчиства“ от текста: такива са например клишетата, словесните излишъци, претенциозният изказ.

„Изчистването“ от клишираните думи и изрази е една от основните задачи на редактора. Най-често те се промъкват в текста от говоримия език, където също звучат грубо и простовато, но на хартия изглеждат особено нелепо. Това са изрази като *мигам на парцали*, *ударен с мокър парцал*, *червен като домат* и много други. Те трябва да бъдат премахвани от текста. Ако авторът много държи изобщо да употребява някакви сравнения или пояснения, може да ги замени с по-оригинални (но все пак не прекалено оригинални). Съществуват и литературни клишета, които имат точно обратния произход: широко и до изгъркване се употребяват в литературата, без да имат никаква допирна точка с живия език, например *мъжествена грация*, *чувствени устни*, *трепетно очакване* и други (бихте ли описали някого с думите *В движенията му има мъжествена грация?* Не, нали?). Желателно е в текста да не се допускат никакви литературни клишета, макар че тук редакторът трябва да се съобразява с жанра: в някои жа-



нрове те са допустими и дори търсени от читателската група (това са най-вече любовните романи).

Словесните излишъци са изрази, които съдържат ненужни пояснения или смислови повторения. Те са по-трудни за откриване от клишетата, а някои от тях се употребяват толкова често, че вече не правят никакво впечатление и сами се превръщат в клишета – например *кимна с глава* или *държеше в ръце* (очевидно човек не може да кимне с крак, а държи нещата в ръце по подразбиране. Възможно е да държи нещо и *в уста*, *в джоба си* или *в банката*, но в този случай авторът трябва изрично да уточни това). Словесни излишъци са също повторенията на едно и също обстоятелство няколко пъти в дадена сцена – например ако в рамките на една печатна страница можете да научите, че героят е *удивен*, *поразен* и *потресен*, то вероятно поне едно от тези пояснения е напълно излишно. Едно-единствено изречение, стига да е достатъчно въздействащо, може да опише състоянието на героя по-добре от постоянното натякване.

Диаметрално противоположен на клиширания израз е претенциозният изказ, който обикновено се изявява с употребата на множество наречия, дълги и сложни сравнения, възвишени метафори, поетизми и всякакви подобни словесни украшения. В повечето случаи претенциозният изказ не спомага нито за интелектуалните, нито за естетическите качества на текста (това не важи, ако работите с автор от ранга на Владимир Набоков). Разбира се, редакторът винаги може да остави текста с оригиналната му претенциозност, оправдавайки се, че това е „стилът на автора“. Това обаче няма да е от полза нито за изданието, нито за самия автор.

От друга страна редакторът трябва да се старее да не „осакати“ текста, като изцяло го лиши от индивидуалните му литературни похвати. Прекаленото съкращаване води до производството на модерните серийни романи – те се характеризират с къси съобщителни изречения, елементарни оп-



исания и лесносмилаеми сентенции; причината за тази мода вероятно се корени в погрешното убеждение, че съвременният читател няма време нито да си представя описаното, нито да разсъждава върху него.

Редактиране на преводна и класическа литература

При редактирането на преводна литература работата на редактора е далеч по-малко като обем, отколкото при редактирането на авторски ръкопис. Българският редактор няма нито право, нито задължение да нанася поправки в текста, да прави фактологична проверка, да променя композицията и така нататък; доколкото той може да има забележки, коментари или дори възражения по творбата, те се нанасят като бележки под линия (известното „бел. ред.“) или като предговор. В преводната литература редакторът има грижата основно за стилистичната редакция, и то не на оригинала (разбира се), а единствено на българския превод, като полето му за действие и тук е много по-ограничено от това при авторските ръкописи. Произволното нанасяне на стилистични редакции върху превода може да изкриви смисъла на авторската реч; тук ролята на преводача, в чийто професионален кодекс влиза максимата да превежда преди всичко достоверно, е да обуздава естественото желание на редактора текстът да *звучи добре* на български език. Поради това редакторът трябва да обсъжда с преводача стилистичните си поправки, дори когато се отнася за основни неща като заместване на клишета или замяна на повторения. За да бъде крайният текст едновременно „верен с оригинала“ и достатъчно добре звучащ на български, преводачът и редакторът трябва да са професионалисти и да поддържат тясна връзка в хода на работата.

По подобен начин стои и редактирането на произведения от българската класика или преиздаването на творби с класически (утвърден) превод. Тук редакторът няма право дори на стилистични поправки. Текстът се издава в ориги-



налния му вид, а възможността на редактора да коментира е сведена единствено до предговора и бележките под линия.

Правопис, пунктуация, граматика и технически грешки

Поправянето на правописни, граматически и технически грешки в текста е работа на коректора, но това не освобождава редактора от задължението да се погрижи за тях още от първата коректура на окончателния ръкопис. Редакторът по презумпция следва да е достатъчно грамотен, за да може да забележи и поправи такива грешки. Това няма за цел да изझे функцията на коректора, но и не бива двамата да „прехвърлят топката“ един на друг и всеки да разчита, че другият си е свършил работата достатъчно добре. В крайна сметка не говори добре за крайния продукт – изданието, ако върху него са работили редактор и коректор, а в текста се срещат учебнически примери за неправилно съгласуване като *двама полицаи* или *една черна и една червена ивици*. Добре е редакторът да не се подвежда по самочувствието си на „достатъчно грамотен“ и да намира време за проверка на думи и изрази, за чието правилно изписване и граматически особености има колебания или пък дават възможност за вариации. При съмнения за правописа на някоя дума единствен достоверен източник е актуалният правописен речник на Института за български език към БАН. На уебсайта на института са посочени всички координати за връзка със Служба „Езикови справки и консултации“, която дава компетентен и бърз отговор на всякакви въпроси, свързани с правописните и граматическите особености в контекста на конкретно изречение.

Редактирането в учебния процес

Ако попитаме някой редактор как е станал добър в професията си, почти сигурно отговорът ще е: *С практика!* В



практиката редакторът трупа опит и усвоява нужните умения, за да може да изпълни своята професионална цел – да направи текста по-добър. Поради това не от теоретичното, а именно от практическото обучение се очаква да подготви бъдещите редактори за тяхната работа като брънка от издателския процес.

Под „практическо обучение“ по редактиране най-лесно е да си представим директното редактиране на даден примерен (учебен) текст. Това е необходимо и полезно упражнение, но обучението по редактиране не трябва да се изчерпва само с него: малките по обем текстове и ограниченото време на семинарните занятия не дават възможност на студента да премине през всички етапи на редактирането на едно цялостно издание, като съобрази едновременно фактологията, композицията, стила и всички други особености на текстовете, с които би се сблъскал в реалната си работа. За сметка на това четенето, дискусията и посочването на примери от вече издадени произведения могат да обогатят бъдещите редактори с много от нужните им знания, култура и усет към езика. Не по-малка полза от редактирането на кратки текстове може да има изучаването на вече редактирани текстове – например в рамките на учебния план може се разгледат няколко (не твърде много) значими български и световни произведения в няколко основни жанра – публицистика, художествена литература, научно-популярна литература. Преподавателят може да обърне внимание върху особености на стила или композицията, които представляват добър пример за бъдещия редактор.

Инициативата може да бъде прехвърлена и на студентите: интересно и стимулиращо е студентът да ревизира собствения си читателски опит, като посочи лични примери за оригинална композиция, добър (или лош) стил, достоверен и интригуващ литературен герой. Обсъжданията на различни творби и дори четенето на глас по време на семи-



нарните занятия са много важно практическо упражнение, защото редакторската работа изисква не само много редактиране, но и много четене. Без солидна читателска подготовка всяко практическо упражнение по редактиране се обезсмисля. Човек, който не е чел и не чете достатъчно, няма как да има усета или познанията, нужни за долавяне на неправдоподобния персонаж или за съзиране на добрия стил. Единствено познаването на много и разнообразни текстове и тяхното осмисляне дават основата, върху която бъдещият редактор може да изгражда собствените си професионални умения.

Велимира Чобанова

Ключовите роли в издателството

Когато отидете в книжарница и си купите книга, се срещате с човека, който ви я продава. От корицата може да се запознаете с нейния автор. Но хората, които сътворяват цялата магия и изготвят продукта, намиращ се в ръцете ви, често остават незабелязани. Тези „магьосници“ са издателите.

Естествено, има автори, които сами издават книгите си, но моето „представление“ е насочено към издателствата. Екипът, като във всяка добра фирма, трябва да е сплотен и в него да има разбирателство и колегиалност. Ако само един не свърши работата си навреме, излизането на книгата може да се забави със седмици, дори с месеци. Този, който отговаря за работата на всички останали, е директорът. Той следи всичко да върви по план, одобрява кои книги да бъдат издадени, общува с авторите и се договаря с тях за издателските права. Понякога, в малките издателства, участва и в дизайна на книгите и избора на кориците. Отговорен за всички процеси в издателството, директорът трябва да е харизматичен и да има отлични комуникационни умения, които да му помагат да изгражда добри и трайни отношения с писателите, със служителите си, с медиите и със сътрудниците, които работят извън издателството.



Широко разпространена практика, дори и за някои от големите издателства, е да използват услугите на външни редактори, коректори и дизайнери. Работата на редактора е да поправя неточности и фактологични грешки, да прави промени така, че написаното да е ясно и информацията, която носи текстът, да достигне по-лесно и пълноценно до читателя. Естествено, редакторът винаги трябва да се консултира с автора, когато се намесва, но най-важната му задача е да запази стила му. Може да се наложи един текст да бъде редактиран няколко пъти, докато съвпадне с вижданията на всички, работили по него. Има автори, които смятат, че техните ръкописи са перфектни и нямат нужда от редакция, но, разбира се, това рядко е вярно. Може би с такива автори се работи най-трудно.

Коректорът е човекът, който трябва да знае перфектно правилата за писане на книжовен език и „почиства“ текста от всякакви правописни, пунктуационни и граматически грешки, след като са одобрени промените, направени от редактора.

След като ръкописът е „полиран“ до съвършенство, на сцената излиза страньорът. Това е човекът, който поема текстовия файл и го превръща в истинска книга, която ще видим в книжарниците – оформя страниците с избрания шрифт, разполага илюстрациите, ако има такива, определя как ще изглеждат заглавията, дали да има рамки, линии или други графични елементи. Всеки малък и на пръв поглед незначителен (за обикновения читател) детайл трябва да бъде изпипан.

В същото време дизайнерът работи над корицата. Той се съобразява с представите и изискванията на автора, на главния редактор и на директора. Илюстрацията трябва да е отражение на съдържанието на книгата и да привлича вниманието на читателите. Това каква да е корицата зависи и от жанра на произведението, както и от възрастовата група,



към която то е насочено. Задната корица на книгата е не по-малко важна, защото дава информация за съдържанието и обикновено ни запознава с автора. Тази информация често се подготвя от редактора, работил по книгата.

Най-накрая идва време и за финалния трик в шапката на фокусника, а именно отпечатването. Файлът със завършения продукт се изпраща на печатницата, като предварително са договорени форматът на книгата, видът на хартията и подвързията (с твърди или меки корици), както и тиражът.

Всяко издателство се нуждае от магическо помещение, т.е. склад, където да държи книгите си, след като излязат от печатницата, и да пази вълшебните им свойства, докато бъдат разпространени по книжарниците. Големите фирми разполагат с огромни помещения и много персонал, който се грижи за подреждането и разпределението на книгите. Без значение дали издателството е малко или голямо, то се нуждае от Пазител – това е счетоводителят, който отговаря за всички сметки и финанси. Някои издателства взимат решение да използват услугите на външна счетоводна фирма.

Още преди да е излязла книгата, маркетинговият отдел започва да се занимава с рекламата. Издателството често организира различни събития и кампании около премиерата на нова книга, особено ако се надява на голям читателски интерес. Изготвя се и маркетингов план, така че книгата най-бързо и успешно да стигне до масовия потребител. Определя се дата и се наема помещение, където да се проведе представянето на книгата. Предварително се оповестява събитието чрез разгласа в интернет, в медиите и по книжарниците, като рекламният бюджет зависи от средствата, с които разполага издателят. На представянето читателите имат възможност да си купят книгата, а често и да се запознаят с автора и да получат автограф от него. Често се предлагат и подаръци като книгоразделители, тефтери или календарчета, които рекламират книгата и издателството.



В наши дни онлайн рекламата е една от най-ефективните и най-лесно достъпните за любителите на книжни произведения. Всяко издателство има фейсбук страница или сайт, често дори профил в твитър или инстаграм. Големите издателства разполагат с екип от ИТ специалисти, които поддържат онлайн платформата и публикуват новини и събития около издаването и премиерата. Има практика издателствата да изпращат предстоящата книга на писатели, критици и други експерти в бранша, които да я прочетат и да напишат рецензия за нея. Понякога се спонсорират *буктюбъри* – хора, посветили канала си в ютюб на книгите и тяхната магия. Най-често това са млади хора, които привличат публика на същата възраст и я запознават с продукта, неговите качества и предимства. Буктюбърите правят рецензии и без да бъдат спонсорирани, а просто от любов към книгите, и това е една от най-добрите реклами, които един автор може да иска за собствената си книга.

Едно издателство може да работи добре дори с персонал от двама души, които си поделят работата и влизат в няколко роли едновременно, като останалите дейности се поемат от външни лица или фирми. Например в издателство от петима души директорът изпълнява основните си ръководни функции, редакторът се занимава с издателския процес, маркетинг специалистът с разпространението, рекламата и онлайн платформите, главният счетоводител – с финансите, а дизайнерът – с предпечатната подготовка и отпечатването. Така голяма част от издателската подготовка на книгите се извършва от външни сътрудници. В големите издателства има цели отдели, състоящи се от специалисти за всеки вид работа. Колкото по-малоброен е персоналетът, толкова повече се увеличава разнообразието на задълженията на всеки член от екипа.

От директора до отговорника за склада всеки в издателството е значим. Никой аспект от издателския процес не



може да бъде пренебрегнат, защото тогава книжната продукция няма да има необходимото качество и няма да се реализира успешно.

Ако искате да се занимавате с книгоиздаване, да се посветите в тайнствата на тази магия и призвание, можете да избирате от голяма палитра от възможности. Не е нужно да се ограничавате в една насока. Издателят е и редактор, и рецензент, и дизайнер, трябва добре да се разбира с хората и, най-важното – да има усет към литературата, защото това всъщност определя успеха му. Накратко – да работиш в сферата на книгоиздаването е всекидневен приключение. А най-хубавата част? Всеки ден можете да бъдете различен супергерой от различна история.



Мариана Рангелова

По каменистия път на самопубликуването

Световноизвестни автори като Вирджиния Улф и Томас Пейн, срещнали отказ издателствата да издадат творчеството им, са прибегвали до това да запознаят читателите с творбите си сами¹. Чрез самиздат са се появили и книги, които в тоталитарните държави биха били подложени на силна цензура, а авторите им – репресирани. Самиздатът дава свобода на политическите дисиденти да споделят с обществото книги, заобикаляйки цензурата на властта. Корените на явлениято и понятието „самиздат“ откриваме в Съветския съюз, а в някои неславянски езици като италиански, английски и немски думата е запазила руското си звучене и се изписва *samizdat*.

В България първият самиздат е дело на дисидента Божидар Славов. През 1987 г. той и съпругата му Рашел Леви отпечатват стихосбирките „Кажки, Живот!“ и „Ако ти, Народ!“ . Комитетът по печата бързо ги инкриминира и забранява разпространението им, а авторът е заставен да напус-

¹ Илиев, Людмил. Нов самиздат настъпва в електронната епоха. // Сера. 22 май 2012 г. Достъпно на: <<http://www.segabg.com/article.php?id=601551>>

не България. Поради влошеното си здраве Божидар Славов остава в пределите на страната, докато умира през 2000 г. в крайна бедност¹.

За щастие на авторите, в наши дни всеки, който е достатъчно убеден в качествата на ръкописа си, може да издаде книга без никаква цензура. Професионалният термин за независимото издаване на книга от самия автор в демократичните пазарни условия е „самопубликуване“ или „самоиздаване“, макар разговорно да все още да се използва „самиздат“. Самопубликуването² се превръща във все по-честа практика и популярността му се увеличава както по света, така и у нас. В книжарниците заедно със заглавията на издателствата книги откриваме и продуктите на самопубликуването. Според данни на Националния статистически институт, който също използва думата „самиздат“, броят на самопубликуваните книги плавно нараства. През 2012 г. заглавията са едва 100, докато през 2016 г. броят им се е увеличил до 142 заглавия. Тиражите варират от 31 000 през 2012 г. до 29 000 за 2016 г., в която всъщност е най-голям броят на самопубликуваните книги.

Зад цифрите на тиражите и броя на заглавията стоят авторите, чиито книги са обект на тази статистика. Принципът на самопубликуването е съвсем ясен на пръв поглед – всеки предполага, че може сам да се справи с редакцията, предпечатата и разпространението. Приходът, който авторът би получил от продажбата на книгата си, би могъл да бъде по-висок от възнаграждението, което би получил от издателство. Дългото чакане за отговор от издателството липсва, а се спестява и евентуален отказ, който би понижил увереността на автора в текста му. Това са някои

¹ Рашел Леви за Божидар Славов // Ведро Ранина, 14 май 2015 г. Достъпно на: <<http://www.ranina.eu/рашел-леви-за-божидар-славов>>

² Под самопубликуване се има предвид издаването както на хартиен носител, така и онлайн – блогове, онлайн платформи и др. – Б.а.



от причините писателите да предпочетат алтернативата на самопубликуването.

Трима млади български автори се съгласиха да хвърлят светлина върху мотивите на писателите да изберат самопубликуването пред традиционния метод и да представят своята гледна точка за това явление в българското книгоиздаване.

Стефан Евтимов (СЕ) е един от най-признатите млади български автори, а дебютната му стихосбирка „Четири кафяви очи“ е издадена от самия него. Ралица Генчева (РГ) е любима на много читатели съвременна поетеса, авторка на две стихосбирки – „Този път, за да ме чуеш“ и „Има ли по-рано от сега?“. Третата авторка, която споделя мнението си по темата, е Десислава Николова, по-известна като Деси Нико (ДН), авторката на „Алиса и петък вечер“.

- Какви са мотивите на един писател да издаде книгата си сам, вместо да очаква подкрепа на издателство?

СЕ: Един автор се самоиздава, когато не е намерил друг начин. Повярвайте ми, най-лесно е да разчиташ на някой друг да сбъдне мечтите ти, но такова издателство не съществува. Сам трябва да работиш за успеха си. Това ме мотивира да издам сам. Не мога да оставя в чужди ръце своето бъдеще. Никога.

ДН: Истината обаче е, че в момента съществуват много успешни техники за промотиране на книги, най-вече онлайн, които почти никой издател в България не умее да използва достатъчно добре. Някои млади самоиздаващи се автори станаха популярни, използвайки тези техники, без преди това да са имали каквото и да било име или контакти в бранша. Тези автори споделят опита си с други, които обмислят издаването на книга, и така се появяват нови самопубликуващи, които дори не са си правили труда да пращат ръкописи в издателство. Широко разпространено е мнението, че големите издателства лансират вече познатите



имена и няма да направят кой знае какво за теб, ако сам не се промотираш онлайн, което изисква средства и време. Ако те издава издателство и ти дава 10-13% от продажбите, ще бъдеш на загуба лично за себе си. Докато самопубликуването изисква първоначална инвестиция от страна на автора, но след това и той си взима по-голямата част от печалбата и има свободата да използва всички техники за популяризиране, които желае.

РГ: Има и много други причини, които самоиздаващите автори изтъкват – свободата е много по-голяма да избере екипа, който ще работи върху книгата ти, визуалното оформление, градовете и местата, на които ще я представяш и така нататък. Това за мен определено е най-голямото преимущество на самоиздаването. Вариантът обаче да си самиздат в пълния смисъл на думата и да поемеш всичко в свои ръце крие доста трудности. Много автори negliжират или пропускат работата с редактор, корекцията, професионалното оформление на корицата, срещат трудности при комуникацията с книжарниците или се сблъскват с непосилни търговски отстъпки.

- Какви са трудностите, които среща писател, решил да самоиздаде книгата си?

ДН: Ако книгата е добра (на първо място!) и авторът успява да направи така, че хората да разберат за нея и да я търсят, няма механизъм, който да му пречи да бъде пълноценен участник на книжния пазар. Да, книжарниците имат определени установени отношения с издателствата, но в крайна сметка зареждат и позиционират добре книгите, които се търсят. Така че никой не може да попречи на автора, ако е добър – пак повтарям, не само в писането, но и в промотирането.

СЕ: Най-големият проблем, свързан със самоиздаването, може би е разпространението на книгата. Много е труд-



на връзката с търговската мрежа и човек трябва да намери начин да достигне до читателите. Работата с редактор също може да бъде пречка, както и графичният дизайн. Все неща, за които принципно издателството отговаря, но когато си достатъчно гъвкав и контактен, можеш да ги „намериш“ и сам.

РГ: Мисля, че споменах доста от тях. За мен да си самиздат в пълния смисъл на думата е прекалено трудоемко и времеемко и наистина не всеки може да си го позволи. Освен това авторът трябва да е прекрасно подготвен във всяко едно отношение и за всички стъпки по издаването на книгата, а те не са малко.

- „За“ и „против“ самопубликуването?

РГ: Тук няма „за“ и „против“, а само „зависи“. Зависи каква е целта ти. Ако работиш с издателство, имаш по-малка свобода и (обикновено) ниски авторски хонорари, но пък не се занимаваш с голяма част от работата по маркетинг, организация, разпространение. Много хора просто нямат времето, познанията и опита да се занимават с тези неща. Ако издадеш книгата си сам, ще трябва да вложиш доста повече усилия в целия процес, но пък ще имаш свобода и, ако книгата ти е успешна, те ще са възнаградени.

ДН: Моето лично мнение обаче е, че човек трябва много внимателно и обективно да прецени сам себе си, преди да се заеме със самоиздаване. Никое „за“ няма да съществува, ако авторът няма определени качества. Първо, той може ли изобщо да прецени дали има талант за писател и дали хората искат да го четат? Много графомани издават сами книгите си и не успяват да ги продадат. Както казах, ако не си сигурен, че имаш необходимите качества за самоиздаване, не трябва да преминаваш към тази стъпка. Ако ги имаш, според мен остават малко плюсове за издаването от издателство. Плюс може да бъде, че все пак някои издателства имат



добро име и това име застава зад творбата ти. На много читатели това прави впечатление. От друга страна обаче издателството може да не намира точно твоята книга за една от най-представителните в портфолиото си и да не прави кой знае какво за нея.

- Достигането до публиката най-вероятно е много трудно. Според Вас има ли разлика в приемането на книга с логото на някое издателство и книга от самопубликуван автор?

ДН: По принцип голяма част от читателите, които познават издателствата, също и книжарите, първоначално се отнасят резервирано към самиздата. Това със сигурност го има. Може да се преодолее най-вече чрез рецензии от доказани имена или литературни награди – тогава започват да приемат книгата сериозно.

СЕ: Много често издателствата си имат своя утвърдена публика от сто-двеста души, които купуват (повечето от) техните книги. Когато си самоиздат, започваш от нула. Буквално – публика, читалища, контакти. Много по-трудно е, но според мен си заслужава. Наистина.

РГ: Честно казано, преди да започна да пиша и преди издаването на първата ми книга, няхах никаква представа от кое издателство е книгата, която чета, а съм доста активен читател. Просто винаги съм обръщала внимание на съдържанието на книгата, а не какво лого стои на корицата и. След издаването на книгата започнах да обръщам повече внимание и открих, че много от книгите в библиотеката ми са на едно и също издателство, вече знам освен заглавието и автора, издателството, което издава книгите, които чета. Просто вече ми прави впечатление от гледната точка на автор. И съм сигурна, че не съм изключение. Много често хората, които знаят издателствата на книгите в библиотеката си, са или автори, или редактори, или издатели, или книжа-



ри, но наистина рядко са самите читатели. Така че според мен хората рядко съдят за книгата по логото върху корицата, което в литературните среди е толкова важно. Важно за една книга винаги е било и ще бъде съдържанието и дали то докосва читателите. Колкото и да е важно оформлението, видът и издателят на една книга, най-краткият път да стигнеш до читателите е чрез думите в нея.

За мен златната среда е все пак да използваш услугите на издателство, което може да поеме всичко освен писането на книгата и най-вече нейното разпространение, което е най-трудоемката част от процеса и което много автори подценяват.

В България съществува подобна организация, която предлага услугите на издателство като редакция и корекция, графичен дизайн и най-вече дистрибуция на книгата. „Фабрика за книги“ е платформа, даваща шанс на самоиздаващите се автори да получат възможност за професионално оформление на книгата и за една от най-трудоемките задачи за самоиздата – разпространението. Единственото, от което се нуждае екипът, за да започне работа, е готов текст и желание за съвместни отношения от страна на автора. За търсеция решения на трудностите, пред които е изправен, винаги ще се намери поне едно такова.

Въпреки препятствията, които трябва да прескочат, и сблъскването с непознати досега сфери, самопубликуваните автори имат възможности за избор, а вече утвърдени в бранша лица винаги имат добрата воля да помогнат, споделяйки опит. Следващия път, когато протегнем ръка към книга от библиотеката си, може би ще се замислим над това през какво е преминал авторът, докато книгата му бъде издадена, и че безбройните откази от издателствата не трябва да са причина и авторът да се откаже. Все пак щяхме да изгубим много, ако Вирджиния Улф го беше направила, нали?

Жаклин Филева

Гласът на ветераните

Полезни съвети не само за читателите на тази книга,
но и за нейните автори

Още можех да минавам под масата, когато започнах да оформям отношение към една определена професия. Виждах я по телевизията всеки ден, допадаше ми идеята някой да ме гледа, да информирам, да имам позиция и да *знам*. Не зная колко професионално съм изглеждала в малкото пластмасово столче с ушите на Мики Маус на облегалката. Нито колко достоверни са били къщите и дърветата, нарисувани криво с пастели, от които четях вечерната емисия „новини“. Но знаех, че хората, които гледам и имитирам, имат решително и уверено отношение към това, което правят. Оттогава измина доста време, а с него се измениха и детските мечти, които сега започват бавно да се реализират в посока, с която не очаквах, че ще се намерим взаимно. Въпреки това използвам този пример, защото той би бил подходящ и за всяко друго кариерно поле.

Знанието е в основата на всяка професия, занаят, работа. Ако решим да разгледаме знанието в по-широк аспект, можем да стигнем до заключението, че то е стартът не само на нашето мечтано кариерно развитие, но и на всяко едно



действие, което практикуваме в ежедневието си. Трябва да знаеш как да пресмяташ колко пари имаш в джоба и какво можеш да направиш с тях. Как се изчисляват единиците, които използваш за създаването на страница, макет и проект. Трябва да познаваш пазара, да развиеш основни маркетингови инстинкти, да се научиш да преценяваш кое е актуално, кое – скандално и кое – банално. С какво би могъл да си изкарваш хляба и какво би донесло вътрешен комфорт и удовлетворение на емоционалната ти същност. Предполага се, че училището, университетът, нашата специалност, другите специалности, някои от които ни изглеждат странни и дори безполезни, ни подготвят точно за това – да знаем.

В действителност е точно така, няма *плот твист*¹ в това изречение. Това, с което напускаме нашия факултет, е точно това, което трябва да покажем на десетките места, в които ще търсим себе си и нашата реализация. Едно нещо, което никой не може да ни каже със сигурност, е какво предстои да се случи. Това, което ще се измени, това, което ние можем да създадем. И никой никога не може да ни подготви за провала, и по-точно – за нашето отношение към него.

По мои наблюдения, колкото повече растеш и научаваш, толкова по-несигурен ставаш. В знанията си, в собствените си възможности, в интересите си. Колкото повече се приближаваш до това, за което мечтаеш, и върху което си фокусиран, толкова повече се колебаеш. Дали е реално, дали си струва, трябва ли да продължиш? А това, разбира се, остава мое мнение.

За бъдещия издател борбата да вземе решение къде точно принадлежи започва много преди кракът му да е стъпил в издателство. Първата стъпка е личната творческа идея, реализирана в създаването на статия, разказ, стих или глава

¹ Plot twist (англ.) – Неочакван обрат в книга, филм, телевизионна програма и т.н. – Б.а.



от бъдеща книга. Постепенно творческият трепет поема по широките и неясни пътища на въображението, където творецът вижда своята работа под формата на готов продукт. Именно той е в основата на създаването и разпространяването на информация и представлява една огромна „работилница“, която отговаря за обществената комуникация и възприятие на нашия, както индустриален, така и личен свят. При книгоиздаването в България винаги са се срещали пречки от всякакво естество. Работата на българските издатели, за които това не е просто бизнес и сключване на сделки, а културна задача с идея и цел, е цял подвиг.

Следващите редове от статията „Гласовете на опита. Съвети от ветерани в книгоиздаването“ в списание „Пъблишърс Уийкли“¹ хвърлят малко светлина върху психологичния процес на реализиране на всяка свободна идея и на отношението, което трябва да отразява не само начина ни на работа, но и начина ни на живот.

Гласовете на опита

На всички ни е известно, че никой не се е родил научен, нищо, че понякога се опитваме да докажем точно обратното. Книгоиздаването като всяко друго кариерно поле има своя път, по който ни предстои да тичаме и да се препъваме.

Познанието идва с практиката и въпреки това представлява предимство за нашия собствен душевен комфорт, придобиването на професионално мислене и прилагане на рационален подход, който би помогнал в израстването в бизнеса. Ето какво имат да кажат някои от ветераните в индустрията, които поглеждат назад към пътя, върху който

¹ Publishers Weekly. Voices of Experience: Advices from Publishing Veterans. 21 February 2014. Available from: <<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/61150-voices-of-experience.html>>



ние все още не сме стъпили, и въпреки богатия си опит – продължават да се учат.

Има толкова много неща, които можете да правите в едно издателство извън работата на редактор. Опитайте се да проучите различните варианти – може да откриете, че имате вроден талант към продажбите, маркетинга, рекламата или дори човешките ресурси! Всички страни на издателската дейност са важни и съществени – от преговорите с авторите до връчването на книгите в ръцете на клиентите. Обичам да работя в сектора на продажбите, защото работя директно с хората, които обичат и подкрепят нашето издателство.

Мойра Кериган, „Кроникъл Букс“

След повече от двадесет и пет години в книгоиздаването, бих казала на по-младото ми „Аз“ да се спре и да помирише розите, да не забравя да се смее и да изяде цялата торта.

Сийъл Баленгър, „Дисни Пъблишинг“

Моят съвет ще бъде да намерите вашата страст и да се опитате да я преследвате. Бъдете наясно, че да ви плащат за вашата страст е нещо прекрасно и за повечето от нас е фундаментално, но ако позволите това да управлява избора ви, ще изгубите. Всички трябва да си плащаме сметките, но жертваме много от себе си, ако това е единственият ни стремеж. Всеки ден ще бъде интересен и понякога предизвикателен, но накрая ще се чувствате добре с това, което правите. Ще споделяте едно от основните неща, които свързват нас, хората – споделянето на истории.

Крис Сатерлънд, „Сколастик“

Цитирам Джони Мърсър: „Увеличавай позитивното“. В почти всяка ситуация ще ти бъде от полза. Колкото повече позитивизъм излъчваш, толкова по-добре ще бъдеш възприеман от своите колеги. Дори когато имате разногласия или нещата не



вървят по твоя начин, кажи нещо положително и то ще ти се отплати многократно, докато негативният коментар – няма. Не вярвам, че бях много добър в това в моята ранна кариера, но това е нещо, което започнах да ценя високо и като цяло, съм много по-малко циничен, отколкото бях преди

Ангъс Килик, „Макмилтън Чилдрънс“

Най-добрите тенденции са тези, които създавате – така че следвайте собствените си инстинкти, а не инстинктите на другите.

Майкъл Грийн, „Филомел Буукс“

Една част от съветите, които бих дал на много по-младото си „Аз“, е да се наслаждава и да оценява всяка проклетата минута! Толкова сме щастливи да практикуваме тази творческа и обнадеждаваща работа с такива страхотни, талантливи колеги, автори, илюстратори, библиотекари и възпитатели. Гледайки как много приятели и колеги изчезнаха в по-доходоносни, но душевно унищожителни работни места през годините, ме накара да благодаря всеки ден, че попаднах в тази чудесна професия, и че останах в нея.

Бетси Гробан, „Хюгън Мифлин Харкур“

Опознайте еднакво хората във всеки отдел и научете какво правят. Това ще даде летищ старт на познанието ви за работните процеси в цялото издателство. Прочетете колкото може повече книги от вашите конкуренти, за да придобие по-широки познания за индустрията. Мотайте се в книжарниците и се вгледайте в това къде и как книгите са изложени и рекламирани. Намерете ментор и научете колкото може повече.

Барбара Хаус, „Рандъм Хаус“

Най-важният съвет, който мога да дам на вас, които навлизате в книгоиздаването, е да изострите вниманието си. Обръщай-



те внимание на всяка среща, на която имате право да присъствате. Обръщайте внимание на всеки имейл, който получавате. И не забравяйте да обръщате внимание дори и на най-безсмислените делнични задачи, които изпълнявате като стажант и помощник. Когато отидох на интервю за първата си работа на пълен работен ден в издателство „Абрамс“, ми дадоха 15 минути, за да избера книга от най-новия им каталог и да напиша прессъобщение за нея. По-късно, след като вече бях назначена, моят шеф ми каза, че съм била единственият кандидат, който е написал нещо, дори да е било само подобие на прессъобщение. И причината, поради която знаех нещичко за това как се пише прессъобщение, макар никога преди да не го бях правила, е, че бях прочела подробно стотиците прессъобщения, които бях копирала като стажант по-рано тази година. Има много, много уроци, които трябва да се научат по време на усърдна работа!

Ерика Бармаш, „Блумсбъри/Уокър“

Мина Костова

Не просто бизнес, а изкуство

Разглеждайки темата за изкуството в книгоиздаването, ще се опитам да отговоря и разгледам няколко важни въпроса, които да ни напътстват в текста. Изкуството губи ли се в тиража? Бягаме ли от „претрупването“ на книгата с изкуство, за да не я оскъпим при масовото и разпространение? Има ли разлика между луксозно издание и майсторски издадена книга? В търсене на отговорите ще разгледам няколко интересни примера за издателства, съсредоточили се върху малотиражни бутикови книги.

Оставяйки първия зададен въпрос за заключение, искам да обърна вниманието ви върху историческите причини да се създаде масова литература. Още от самото начало – ръкописните книги, а после инкунабулите, чиято цел е била максимално да се доближават до разкоша на ръкописните, въпреки че са първите печатани книги – книгите са били знак за заможност и разкош. Изработването им е отнемало изключително много време и пари за обработка и украса, което ги прави много по-скъпи, ценени като творба на изкуството и недостъпни за обикновените хора. С течение на времето книгата променя своята функция да е символ на заможност. Записването и предаването на



знание става новата мисия на нашия „герой“. Той трябва да просвещава, учи и обогатява живота и битието на много повече хора, отколкото само на тези, които могат да си го позволят финансово. Знанието да стане общодостъпно дело! Тази красива цел обаче изисква своята цена – книгите стават много по-опростени с идеята да са по-достъпни за всеки, който прояви интерес.

В днешно време могат да се намерят и двете крайности на въпроса, защото живеем във времена на масова консумация, разглеждаме нови заглавия всеки ден, за да заситим глада си за новости. На пазара обаче има изобилие и от малотиражни издания на изключително луксозни книги за ценители, които искат да се докоснат до усещането, близо до онова да притежаваш истинска средновековна книга. Тук идва и времето да ви представя някои от най-любопитните примери за такива издателства, като ще повторя, че има още много такива дори в България, които само чакат да бъдат открити.

„Фолио Съсайъти“ публикуват внимателно изработени издания само на качествена художествена литература от цял свят. Те вярват, че великите книги заслужават да бъдат представени във форма, достойна за съдържанието им.

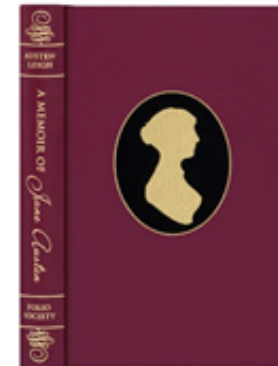


Занимават се с това вече в продължение на почти седемдесет години, предлагайки богато литературно преживяване на читатели от всички възрасти.



Списъкът на книгите, които избирате за публикуване, е безкраен – знаем, че те ще радват и ще се оценят сега и в бъдеще. Тъй като всяка книга се разглежда като самостоятелен обект на ценност сам по себе си, има разнообразие в нашия дизайн и стилове, но единствената константа винаги е качеството на всяка отделна книга.¹

„Фолио Съсайъти“



Ценовата статистика за „Фолио Съсайъти“ показва, че изданията му варират между 30 и 300 паунда, като по-високите цени се срещат най-често при известни поредици като „Властелинът на пръстените“ или лимитирани версии като тази, открояваща се с уникални илюстрации:



Друг от любопитните чуждестранни примери е издателство „Ийстън Прес“, което е известно с подвързаните си с естествена кожа и злато книги, наподобяващи още първите

¹ Информация и изображения: www.foliosociety.com



инкунабули от XV век. Всяка от книгите е с колекционерска стойност, правейки я елегантно допълнение към всяка библиотека¹. Издателството се занимава със създаването на тези книги повече от 30 години, определяйки творбите си като:



Красиво илюстрирани томове за салонна масичка, спираци дъха с много красиви илюстрации и великолепна кожена подвързия.

„Ийстън Прес“

Издателството се гордее и със своите луксозни издания в лимитиран тираж, съдържащи автографи от авторите. Естествено, всичко това води и до по-високи цени. В сравнение с „Фолио Съсайъти“ цените при тези издания имат по-малък обхват – от 40 до 100 щатски долара.

Изводът, който бих направила е, че въпреки трудния процес на създаване и реалистично по-високите цени на тези луксозни издания, интересът към тях не утихва. Книгите не губят своята неприкосновена цел да обогатяват живота ни със знание, но могат със същата сила да обогатяват животите ни и с изкуство, култура и ценности. Притежанието на такива книги е привилегия, да, но бягам от въпроса, който си зададох още в началото: изкуството губи ли се в тиража?

¹ Информация и изображение: www.eastonpress.com



Нека ви кажа и факторите, които увеличават цената на една книга. Това ще са материалите, които се използват, времето, което се отделя за направата и, както и прецизността, с която се изработва. Ако очаквам всяка книга, стигнала до мен, да е ръчно изработена, с много детайли, и само тогава да я определя за истинска изобразителна творба, тогава – да, изкуството ще се изгуби в тиража, поради простата причина, че не могат да се създадат огромен брой книги за кратко време. Аз лично предпочитам да погледна малко извън познатата картина. Живеем във времена на технологично развитие. А технологията за създаване на изкуство е различна от тази за създаване на книги. В този тъмен тунел аз обаче виждам светлина – ние сме доказали, че можем да включим изкуството във всичко, което правим. Дори то да бъде създадено в днешните динамични условия. Погледнете детските книжки, любимите романи, многоцветните енциклопедии и после ми кажете, че не ги намирате за красиви!

За мишката и книжката

Ралица Божилова

Слушате ли книги?

Преди да бъдат затворени между страниците, историите се разказвали от уста на уста. В Древна Гърция на почит били ораторите, които говорели по площадите, а писарството било нископлатена работа, извършвана от робите. По-късно възприемането на историите се променя и устният разказ отстъпва пред написания. Книгите се създават на ръка: първо върху крехък папирус, по-късно на кожен пергамент. После се появява хартията, печатарската преса заменя ръкописите, а накрая всичко става машинизирано. През тези години обаче разказаните и чути истории не губят стойността си, въпреки че четенето застава на по-преден план. През XX век се появява нов формат книги – прочетени и записани на звуков носител, или аудиокниги.

Ще ви разкажа накратко за историята на аудиокнигите, как се развиват те днес и какво трябва да знаем за тях.

Историята на аудиокнигите

Аудиокнигите са създадени в Съединените американски щати. През 1931 г. Американската фондация за слепите и Библиотеката на конгреса на САЩ създават програмата „Говорещи книги“. Нейното предназначение е да осигури книги за слепите ветерани от Първата световна война и за



други хора със зрителни увреждания¹. Първоначално книгите са напечатани на Брайловата азбука, а по-късно започват и първите звукови записи. Те са създадени върху грамофонни плочи през 1933 г. Всяка записана страна съдържа по петнадесет минути реч. За по-лесен достъп на незрящите до новите книги Конгресът освобождава програмата „Говорещи книги“ от авторски права и позволява безплатното разпространение на аудиокниги по пощата.

През 1948 г. е създадена организацията „Записи за слепи и болни от дислексия“², която е насочена към войници, загубили зрението си през Втората световна война. По това време се приема закон, който обещава безплатен колеж за всички военни ветерани. Текстовете в книгите и учебниците обаче не са лесни за разбиране, защото са на Брайловата азбука, а ослепелите войници не я знаят. Жени от доброволчески организации се наемат да помогнат на войниците да се образуват. Доброволките се събират и превръщат тавана на Нюйоркската обществена библиотека в звукозаписно студио. Там използват грамофонни плочи, върху които записват как четат учебници. По-късно организацията сменя името си на „Съюзник в ученето“, но запазва дейността си и до днес.

Аудиокнигите скоро спират да бъдат само за незрящите, защото се осъзнава, че те имат и икономически потенциал. Създадената през 1952 г. в Ню Йорк звукозаписна компания „Кедмън“ е смятана за пионер в бизнеса с аудиокниги. Първият им запис е на сборник с поетични творби на Дилън Томас, прочетени от самия автор. След него записват изтъкнати автори като Робърт Фрост, Т. С. Елиът, Ърнест Хемингуей, Гъртруд Стайн и У. Х. Оудън, които сами четат

¹ Talking Books for People Who Are Blind or Visually Impaired. // American Foundation for the Blind . Available from: <<http://www.afb.org/info/reading-and-writing/talking-books-933/35>>

² Learn about us. // Learning Ally. Available from: <<http://www.learningally.org/About-Us#close>>



творбите си. С времето компанията се разраства и добавя нови продукти като истории за деца, речи, английска и чуждоезична класика. В днешно време „Кедмън“ е част от голямата издателска компания „ХарпърКолинс“.

Записаните на грамофонни плочи книги стават популярни в училища и библиотеки. Те улесняват значително учебния процес не само за децата с дислексия, но и за тези, които не обичат много да четат. Истинска популярност обаче набират през 70-те години на ХХ век, когато аудиокасетите стават новият най-използван носител. Касетите са изобретени още през 1963 г. и някои библиотеки започват да разпространяват книги на аудиокасета, но чак десет години по-късно се развиват достатъчно, за да добият широка популярност. Причина за успеха им е техният размер. Появяват се нови устройства, на които може да се слушат записите, а освен това касетите са много по-малки и леки от винилните плочи. Вече не трябва да стоите вкъщи до грамофона: можете да слушате касетите докато вървите, на своя уокмен или пък докато шофирате. Тяхното пренасяне от едно място до друго е много по-удобно.

В библиотеките повечето записи на книги продължават да са предназначени за незрящи хора, но с бума на касетите компаниите виждат възможност за направата на аудиокниги за широката публика. Записите в импровизирани студио отстъпват място на професионалните. Започват записи на книги, озвучавани от професионални актьори.

През 1984 г. вече има единадесет компании, които продават аудиокниги и не са насочени към незрящите. Няма голям капацитет – най-богатият каталог наброява двеста заглавия. Някои аудиокниги се продават в книжарници, но повечето все още се предлагат по пощенски абонамент или в библиотеките. Същата година обаче се променя начинът на записване. Вече може да се записва два пъти повече от всяка страна на аудионосителя и така се отваря пазар на големи



възможности. До следващата година издателите на аудио-книги се удвояват.

Повратен момент за индустрията на аудиокнигите е 1986 година. Създава се Асоциацията на аудиоиздателите¹, чиито членове се сдружават, за да популяризират записите, а и да дават статистика за бизнеса. Литературни и други клубове започват да предлагат освен хартиени книги, и аудиокниги на своите членове. През 1987 г. списание „Пъблишърс Уийкли“ създава постоянна колонка в броевете си, която дава информация за индустрията. До края на годината пазарът на аудиокниги се оценява на 200 милиона долара. През следващата година двадесетте издатели на аудиокниги стават четиридесет. През 1996 г. Асоциацията на аудиоиздателите учредява награда, наречена „Ауди“, която се счита за *Оскар на аудиокнигите*.

В края на 90-те години и началото на XXI век, с възхода на интернет, новите аудио формати и музикални плейъри, аудиокнигите стават изключително известни. Вече не е нужно чакането аудиокнигите да пристигнат по пощата на касета или диск. Желаната книга може веднага да се изтегли сред многобройните заглавия в интернет.

Асоциацията на аудиоиздателите прави годишни обзори, с които документира статистически преминаването на аудио записите от един носител на друг. През 2002 г. 50% от продажбите са на касети. През 2003–2004 г. компактдиските заменят аудиокасетите и стават доминиращият носител. Както предполага името им, те са още по-компактни от касетите. Диските достигат своя връх на продажби (78% от общия брой продадени аудиокниги) през 2008 г. След това започва спад на използването на компактдискове, породен от възможността за дигитално изтегляне на книгите от интернет.

¹ Audio Publishers Association. Available from: <<https://www.audiopub.org>>



През 2012 г. едва половината от продадените аудио-книги са на дискове, което значи, че вече не са доминиращ носител. Бързо набират популярност специализираните сайтове за аудиокниги.

Аудибъл¹

През 1995 г. журналистът Доналд Кат създава компанията „Аудибъл“ – първият онлайн източник на аудиокниги. Две години по-късно компанията пуска на пазара първия достъпен за широката публика дигитален аудиоплейър. Плейърът поддържа само записи собственост на „Аудибъл“, има 4МВ памет, може да възпроизвежда до два часа запис и се зарежда на стационарно зарядно. Качеството на звука не може да се сравнява с бъдещия айпод или дори с радиото. Ако сравним устройството със съвременните му еквиваленти, характеристиките му изглеждат смешни. Но той е достатъчно иновативен за времето си, за да остане в историята.

Сайтът предизвиква голям интерес. Клиентите му стават 5000 през първата година след създаването му, а след две години достигат 51 000. Компанията претърпява финансови загуби, но „Майкрософт“ закупува част от акциите и така „Аудибъл“ продължава да функционира.

През 2000 г. „Аудибъл“ представя абонаментния модел. В началото продължава да предлага индивидуални книги за теглене, но въвежда и членство на цени от около тринадесет долара на месец. Пуска на пазара и нов плейър с по-висок капацитет, който се предлага на по-ниска цена за абонатите на сайта. Въпреки че плейърът „Отис“ има добър пазарен прием, когато „Аудибъл“ виждат успеха на айпод, сключват специален договор с „Епъл“ и предлагат 6000 от книгите си в магазина на „Епъл“. Появяват се конкуренти на

¹ Audible Inc. – Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Audible Inc. // Reference for Business. Available from: <<http://www.referenceforbusiness.com/history2/20/Audible-Inc.html>>



компанията – бившият партньор „Майкрософт“ например също прави собствен аудио бизнес, но най-успешен си остава сайтът „Аудибъл“.

През 2008 г. гигантът „Амазон“ купува „Аудибъл“ за 300 милиона долара. След това „Аудибъл“ се разраства още повече и до днес поддържа първо място в продажбата на аудиокниги в света. През 2012 г. дори се добавя функция за прехвърляне между четене и слушане. Когато закупите електронна книга от сайта на „Амазон“, можете да добавите функцията *whispersync*¹, с която да преминавате от един формат в друг и обратно, докато четете на електронния си носител. За момен-та тази функция се предлага единствено от „Аудибъл“.



*Имате ли тази аудиокнига в голям печатен формат?
Не съм добре със слуха².*

В днешни дни „Аудибъл“ залага на абонамента. Предложението на сайта е за 30-дневен безплатен период. Ако услугата ви хареса, след като изтече пробният период, трябва да плащате по 14,95 долара на месец, за да имате достъп до библиотека от 180 000 заглавия. Освен собствения раздел на

¹ Audible.com. Available from: <https://www.audible.com/mt/wfs/narrow?ref=pd_wsrch_lnk_2>

² Източник: Overdue Media LLC. Available from: <<http://www.overduemediamedia.com>>



„Аудибъл“ в сайта на „Амазон“, компанията разчита и на спонсорирането, за да се рекламира. Сайтът често спонсорира известни влогъри, като им дава промо код, който зрителите им да ползват и да получат намаление.

Аудиокнигите в България

У нас, за разлика от САЩ, аудиокнигите все още не са популярни. До 2017 г. в Националния регистър на издаваните книги в България има едва 143 аудиокниги с ISBN, като първото регистрирано заглавие е от 2014 г. Малкото им количество е изненадващо дори като се има предвид ниската им популярност. Съществуват няколко сайта, които предлагат аудиокниги:

Audioknigi.bg

Това е най-големият български сайт за аудиокниги. През 2012 г. Дениз Герганова създава фирмата „Д&Д Фактори“, вдъхновена от чутиите аудиокниги на чужди езици¹. Основната цел на сайта е да предостави възможност за бърз достъп до класическа и съвременна българска литература в аудиоформат. Аудиокнигите са прочетени от професионални актьори – Джони Пенков, Илиана Коджабашева, Ицко Финци, Никола Стефанов, Стефан Иванов, Стефан Младенов и Стоян Алексиев.

Освен българска литература, в каталога на *audioknigi.bg* има и приказки, чуждестранна литература, помагала за матурата по български език и литература, както и вестник „Стършел“. Налични са и няколко безплатни аудиозаписа. Сайтът е носител на Националната награда за принос към книжовното развитие и култура на България „Христо Г. Данов“ в категорията „Електронно издаване и нови технологии“.

Създателятката на сайта Дениз Герганова сподели виждането си за аудиокнигите и тяхното бъдеще. Според нея ау-

¹ Кои сме ние. // Аудиокниги. <<https://audioknigi.bg/za-medii>>



диокнигите са важна част от културата на България и затова се е заела със създаването и разпространението им. Въпреки че в България има спад в продажбите на електронни издания, от създаването на сайта до момента се наблюдава ръст в продажбите, а най-купуваните заглавия са тези на Михаил Вешим, Захари Карабашлиев и Алек Попов.

Според нея бъдещето на аудиокнигите в България е в смартфоните, които правят достъпа до аудиозаписи много по-лесен. А бъдещето на *audioknigi.bg* предвижда и стрийминг приложение, с което Дениз Герганова обещава да подсигури достатъчно съдържание за стабилно развитие.

Zaknigi.com

Сайтът е специализиран за използване от незрящи. В него има 886 произведения от 508 автори със свободен и безплатен достъп. Освен аудиокниги сайтът предлага записи на радиотеатър и печатни книги.

Audiobookbg.com

Светослав Тодоров е на 18 години, когато създава своя сайт. Първите книги, които записва сам, са за личностно развитие, защото самият той се интересува от тези нови продукти¹. След това записи започват да правят и други хора. В каталога се появяват и класически български произведения. В създадения през 2017 г. сайт може да се открият 78 аудиокниги. За момента онлайн библиотеката не е с много голям обем, но създателят има намерение да се концентрира върху бъдещото развитие на сайта.

За момента у нас само тези сайтове предлагат по-широк каталог от аудиокниги. По думите на създателите им

¹ Тодоров, Станислав. Човекът зад аудио книгите. // Audiobookbg.com, 12 март 2017 г. <<https://audiobookbg.com>>



лични амбициите за развитие, което да приближи българския пазар до световния.

След като разказах за произхода и съвременната реализация на аудиокнигите в САЩ и България, идва време на най-често задаваните въпроси, свързани с аудиокнигите, и техните отговори.

Слушането на книга същото ли е като четенето?

Много хора твърдят, че слушането на една книга е вид „мамене“ или „скатаване“. Те разграничават двата процеса и определят аудиокнигите почти като „не-книги“. Обвиняват тези, които слушат книги, че си спестяват труда и не влагат усилията на онези, които четат от електронен или хартиен носител. Психологът Даниел Уилинам поглежда въпроса през призмата на когнитивната психология. Според него като умствен процес няма абсолютно никаква разлика между четенето и слушането на текст¹. Според неговото разбиране, ако слушането на текста е мамене, значи слушателят получава някаква награда за нещо, което не е свършил. Тоест, за нашия мозък слушането е по-лесно от четенето. Това е вярно, но само докато навършите десет години и вече се научите да четете гладко. Докато четете се извършват два процеса – декодиране, или превод на буквите в думи, които означават нещо, и възприемането на езика – разбирането на синтаксиса, историята и т.н. Разбирането на езика се изследва от векове. Но Уилинам се позовава на изследвания, които доказват, че „слушането и разбирането“ има силна връзка с „четенето и разбирането“, така че тези, които четат добре книги, също така ще ги „слушат“ добре. Декодирането наистина е нужно само при четенето и е една стъпка повече

¹ Willingham, Daniel. Is Listening to an Audio book “Cheating?”. // Daniel Willingham--Science & Education, 24 July 2016. Available from: <<http://www.danielwillingham.com/daniel-willingham-science-and-education-blog/is-listening-to-an-audio-book-cheating>>



от процесите при слушането. Но в края на основното училище, когато сте се научили да четете, мозъкът ви декодира почти автоматично, така че четенето не е толкова по-сложно от слушането. В такъв случай не можем да смятаме, че слушането е по-лесно от четенето или е някакъв вид „мамене“.

В публикация в блога си през 2005 г. писателят Нийл Геймън нарича разграничаването на слушане и четене *снобизъм и глупост*. Той допълва: *Не смятам, че има книги, които никога не съм „прочел“, защото само съм ги чул, или поезия, която не съм преживял, защото само съм чул поетите да я четат. Всъщност, вярвам, че ако писателят е някой, който може да общува добре на глас (някои писатели не могат) често може да вникнете много повече в историята или поемата, ако я чуете*¹.

Жанрът на книгата може ли да е решаващ за това дали тя е подходяща за четене или слушане?

Видът на книгата може да определи кое е по-добре да направите: да я чуете или да я прочетете. Когато материалът е тежък, четенето е по-подходящо, защото може да се връщате и да препрочитате. Но понякога слушането носи много по-голяма полза от четенето, защото аудиокнигата предварително разрешава аспект от езика, наречен „прозодия“, или *музикалността* на думите. В лингвистиката прозодията е изследване на ритъма, интонацията и ударението на думите. В музиката това е начинът, по който текстът е хармонизиран с мелодията. Например когато четете Шекспир може да се затруднявате, но ако го слушате, прозодията много ще ви помогне, защото четящият ще прочете думите в подходящ ритъм².

¹ Gaiman, Neil. Looking or listening. // Journal, May 26 2005. Available from: <<http://journal.neilgaiman.com/2005/05/looking-or-listening.asp>>

¹¹ Khazan, Olga. Is Listening to Audio Books Really the Same as Reading?. // Forbes.com, 12 September 2011. Available from: <<https://www.forbes.com/sites/olgakhazan/2011/09/12/is-listening-to-audio-books-really-the-same-as-reading/2/#767db1043225>>



Защо аудиокнигите са по-удобни?

Можете да вършите много други неща, докато слушате книга. През 2013 г. изпълнителният директор на „Амазон“ Джеф Безос се похвали в речта си пред годишното събрание на акционерите: *„Аудибъл“ прави възможно да четеш, докато очите ти са заети*¹. И това е напълно вярно. Способността да вършиш няколко неща едновременно (и едно от тях да е слушането на записан текст) е възможна още от аудиокасетите. А сега това е още по-лесно с новите технологии, смартфоните или други умни устройства като високоговорителите Amazon Echo и Google Home, които позволяват да слушаш аудиокниги където, докато вършиш домакинска работа или си почиваш. Асоциацията на аудиоиздателите смята, че такива устройства ще донесат голям растеж в продажбите на аудиокнигите.

Ако трябва да обобщя – аудиокнигите се появяват като помощно средство за незрящите, но тяхното удобство ги превръща във феномен. Устният текст е много по-древен от писмения, затова няма как да отречем неговата важност. Въпреки че електронните книги бележат спад в продажбите си всяка година, аудиокнигите набират все по-голяма популярност. За 2016 г. има растеж с още 20%² на продажбите на аудиокниги на американския пазар. По въпроса дали слушането на една книга може да я добави в списъка ви с прочетени – определено да, стига да разбирате четенето като процес на разбиране на информация. Но дори и да не смятате, че „чутата“ книга е „прочетена“ книга, дайте шанс на аудиоформата. Защото той е тук от много време и смята да остане.

¹ Amazon.com. Available from: <<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/.html>>

² Porter, Anderson. Audio Publishers Association: Third Year of Strong US Audiobook Sales Growth. // Publishing Perspectives, 07 July 2017. Available from <<https://publishingperspectives.com/2017/06/audiobook-sales-growth-us-2016-report>>



Натали Добрева

Малките читатели и електронните книги

Детските книги заемат специално място в сърцата на хората. Повечето от тях изпитват носталгия при мисълта за определени истории, които са били част от детството им. Независимо дали са ги слушали преди да заспят, или са ги чели отново и отново през годините, много от тези вече пораснали деца пазят своята любима книга – ценен символ на емоционална връзка с детството. Със спомена за съдържанието на книгата обаче идва и асоциацията с илюстрациите и формата на книгата, големината и позицията и`редом с останалите книги в библиотеката. С настъпването на новия феномен в издателския бизнес – дигиталното книгоиздаване, контактът на детето с книгата може да бъде съвсем различен. Печатната книга вече не е единственият начин, чрез който децата могат да се обогатяват. Това е причината и да се появи въпросът дали дигитализацията притежава всичко необходимо, за да замести хартиеното тяло.

Технологията навлиза все повече в ежедневието както на възрастните, така и на децата. Електронните книги са вече част от книгоиздаването и предизвикват все повече дебати в съвременното общество. Така наречените „четци“

са обект на дискусии и на големите книжни пазари, където иновацията играе ключова роля. Електронните книги навлязоха и в детската литература, но времето ще покаже дали ще успеят да се задържат.

Направени са множество статистики, които се базират на мнения на родители за електронните книги. Изследване от 2014 г.¹ показва, че 60% от децата четат, но само 4% от четенето се извършва чрез електронни устройства. То също показва, че се увеличава броят на хората, които притежават електронни книги, но въпреки това четенето продължава да се извършва главно от хартиен носител.

Друго подобно проучване в подкрепа на хартиените книги² е съсредоточено в образователния процес, с който родителите си служат, докато възпитават своите деца (между 2 и 10 години), като се обръща внимание на употребата на дигитална медия и интерактивност. Изследването показва, че родителите отделят около 40 минути на ден за четене – 29 минути от хартиен носител, 8 от компютър и 5 от таблет или електронен четец.

И в двете статистики ясно се вижда, че предпочитан е хартиеният носител. Това се дължи главно на няколко причини. Общо е мнението, че прекарването на продължително време пред екран влияе негативно на децата. Днес почти всяко дете има достъп до екрани – било на телевизор, компютър, таблет или смартфон. Когато се добави и електронният четец, времето, което момчетата и момичетата прекарват пред екрана, се увеличава.

¹ Common Sense Media. Children, Teens and Reading: A Common Sense Media Research Brief. 2014.

² Dilworth, Dianna. Children Read an Average of 40 Minutes a Day. // Galley Cat, 27 January 2014. Available from: <<http://www.adweek.com/galleycat/children-read-an-average-of-40-minutes-a-day/83145>>



Според родители това води до влошено зрение, главоболие и проблеми, свързани със съня¹. Друг негативен фактор е разсеяността, която може да предизвика електронното четене. Тъй като децата имат голям интерес към дигитални устройства, това може да насочи вниманието им по-скоро към самия четец, отколкото към съдържанието на книгата. Съответно може да доведе и до намаляване на концентрацията на детето и занижаване на интереса му към хартиеното книжно тяло.

Електронните книги могат да доведат и до намаляване на общуването. Четците са създадени така, че да бъдат удобни и лесни за употреба и детето да ги ползва без или с малка намеса от родител. Неопитните читатели получават информация за всичко, което не разбират, а ако четецът им осигурява знанието, от което имат нужда, те спират да питат хората около себе си и така прекъсват комуникацията с тях. Ограничено е полезното разясняване на думи, сюжети и персонажи в книгите с помощта на някой по-опитен възрастен, което пречи на детето да учи и не го подтиква да общува. От тази гледна точка електронните книги може да действат негативно на развитието на детето в социалната среда.

Важно предимство на книгата на хартиен носител е силната връзка, която се създава между родителя и детето. Едни от най-хубавите моменти, свързани с детството и книгите, са именно тогава, когато двамата заедно разглеждат илюстрациите, което превръща четенето на книга в приключение. Родителят може да бъде и учител, който използва текста, за да даде важни уроци на детето си и така да разясни и подсили сюжета и начина, по който детето го възприема. Базирано на този тип съвместно четене се провежда изследване, което сравнява трите източника на четене – хартиена

¹ Are the E-books Good for Children. Available from: <<https://www.theschoolrun.com/are-ebooks-good-for-children>>



книга, електронна книга на четец и електронна книга на четец с подсилени функции с висока степен на интерактивност¹. Подсиленият електронен четец е предизвикал повече действия, които не са свързани с четенето на текста – говорене за самото устройство и опити за изместване на ръцете на детето от него. Това обяснява и другия резултат от проучването – децата с подсиления с допълнителни функции четец си спомнят по-малко детайли от сюжета в сравнение с тези, които са чели книгата от хартиен носител. Това означава, че съвместното четене не създава най-оптималните условия за учене. Независимо дали това е свързано с прекаленото количество икони и картинки, които разсейват детето, или с многото команди от страна на родителя, това пречи на концентрацията върху съдържанието.

Предимство, което електронните книги не притежават, е възможността за физическо взаимодействие с книжното тяло. При хартиената книга на детето се дава възможност да я държи, да се докосва до хартията, да е част от разлистването на страниците и така да участва активно в процеса на четене. Четецът от друга страна позволява да се вижда само по една страница, което размива чувството на четящия за позицията му в текста. Въпреки опитите да се пресъздаде максимално приликата с хартиеното книжно тяло, като се сложат ефекти на отпечатано мастило и звуци, когато се разлистват страниците, четецът все още не може да постигне ефекта, на който е способно само хартиеното издание.

Електронните книги за деца са със значително по-ниска пазарна стойност. Именно тя е причината те да бъдат бързо заменени. Никой не притежава библиотека, която да е пълна с електронни книги. Тук плюсът на хартиените издания е в това, че те си намират място в библиотеката – за

¹ Lowry, Lauren. E-Book or Paper Book – What’s Best for Young Children?. // The Hanen Centre. Available from: <<http://www.hanen.org/helpful-info/articles/e-book-or-paper-book-whats-best-for-young-child.aspx>>



пазени и препрочитани. Превръщат се в колекция и стават носталгични спомени от детството. За разлика от електронните издания, традиционните книги не са статични и ограничени от страна на илюстрации и структура на текста, а напротив, предразполагат към употребата на различен дизайн, размер и илюстрации.

Но така наречените е-книги нямат само недостатъци. Едно от основните им предимства е удобството. Те могат да бъдат изтеглени от компютър или директно да се свалят на таблета или четеца, което улеснява достъпа на децата и родителите до литературата. И още нещо, което не е за пренебрегване – електронното устройство е леко и заема малко място. За разлика от хартиения носител, който в повечето случаи е тежък и трудно преносим при пътуване, четецът е своеобразна преносима библиотека, която може да побере стотици заглавия, без да заема от ограниченото пространство за багаж.

Децата могат да бъдат несъзнателно груби със своите притежания, като от това страдат и книгите. Окъсани, измачкани и изцапани с петна страници са често срещана гледка. Тук на помощ идва електронният файл. Той е практически неунищожим. След закупуването на книга онлайн, тя се съхранява в интернет пространството благодарение на т. нар. *бекъп*¹. Това дава възможност да бъде теглена множество пъти, без да се губи целостта на съдържанието и². Самият четец, разбира се, също е уязвим, но може да се подсигури с различни кейсове, които да осигурят допълнителна защита. Освен ако родителят не реши да ламинира всяка страница от книгите на детето си, електронната книга е по-сигурният начин съдържанието да оцелее.

¹ От англ. backup, информацията, която се запазва в интернет пространството. – Б.а.



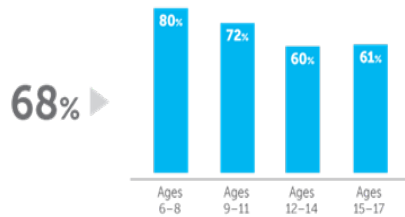
Друго предимство на детските електронни книги е интерактивността. Днешните деца обичат да играят с различни дигитални устройства. Те практически са израснали с електронни портативни игри и конзоли. Чрез електронната книга родителят може да задоволи желанието на своето дете да има електронна „играчка“, но едновременно да му предложи занимание, което допринася за неговото развитие. Обичайно електронните книги целят да пресъздадат произведението в неговата цялост, тяхната основна функция не е интерактивността. За тази цел се разработват друг тип, „подсилени“ електронни книги, които лесно привличат вниманието на децата. Те наблягат на развитието на елементи, чрез които децата да могат да взаимодействат директно с персонажите от книгата и да ги направят визуално приятни за тях. Интерактивността, която се вкарва в електронните книги, има много повече общи черти с видеоигрите, отколкото с хартиения формат на книгите. Трудно може да се прецени дали добавените ефекти допринасят за историята и имат образователна стойност, или напротив – влияят отрицателно и разсейват детето. Тъй като децата масово клонят към дигиталното, може да се каже, че интерактивността е успешно средство съдържанието да се представи по интересен начин за малчуганите, които обикновено нямат силен интерес към четенето на книги.

Четците, за разлика от хартиените книги, са с вграден речник, което е много важна функция за подрастващите. Ако се натъкнат на непозната дума, докато четат, е достатъчно само да я натиснат, за да получат определение. Изследвания показват, че това спомага за подобряване и обогатяване на речника.

За потребителя ниската цена на електронните книги е предимство. Печатните издания са с по-висока цена заради вложените в тях материали и заради скъпия процес на отпечатване. Това прави купуването им по-трудно в сравнение с електронните книги. Поради липсата на разходи по изда-

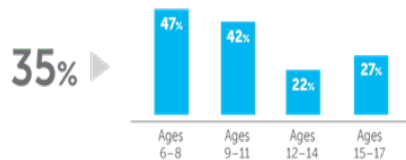


ването на една дигитална книга (освен редакционния процес и оформлението), тя е много по-евтина и достъпна. Това съответно допринася за по-голямо разнообразие от книги, с които детето разполага. Тъй като и двата формата имат своите предимства, всеки човек има собствени предпочитания. Но какво е мнението на децата, когато то не е изразено единствено чрез техните родители? Най-точно заключение може да се направи от изследванията¹, проведени изцяло на базата на техните мнения.



Печатна спрямо електронна книга

Средно 68% от децата между 6 и 17 години предпочитат печатната книга пред електронната. Статистиката показва как това предпочитание се разпределя в 4 възрастови групи.



Деца, които не притежават електронна книга

¹ What Kids Want in Books? Kids and Family Reading Report. Scholastic. Available from: <<https://www.scholastic.co.uk/readingreport/what-kids-want-in-books.html>>



Статистиката включва деца на възраст 6–17 години, които не притежават четец. Само 35% от тях проявяват интерес към електронните издания, като по-висок интерес показват по-малките деца¹.

Заклучението по въпроса кой е по-добрият избор за детето би било твърде субективно. Електронната книга изглежда е очевиден вариант за тези, които нямат желание да четат, тъй като може да бъде интерактивна и да привлече вниманието. Същевременно плюсовете на печатната книга са неоспорими. Въпросът може би не трябва да бъде дали печатната или електронната книга е по-добра, а как двата формата могат да бъдат от помощ един на друг, за да се привлече най-полезното от тях за развитието на детето.

¹ Пак там.



Веселина Евдокимова

Има ли ги у нас?

Електронните книги все повече и повече започват да присъстват във всекидневието ни. Предпочитани са от много хора поради факта, че са малки, удобни и лесно преносими. Носим ги навсякъде с нас – на работа, в парка, докато пътуваме или сме на почивка. Благодарение на тях много хора започнаха да четат „отново“.

Началото на истинския пазарен бум на е-книгите беше поставено от американската компания „Амазон“ през 2007 г., когато тя въведе „Киндъл“ – устройство за четене, с което можем да закупуваме книги мигновено и да четем навсякъде и по всяко време. Други успешни електронни четци са „Нуук“ и „Кобо“.

САЩ са най-големият пазар на електронни книги в света. Около 73% от издателите и авторите са публикували книгите си дигитално през 2015 г., а близо 80% заявяват, че планират да публикуват електронни книги през 2016 г.

Въпреки голямата им популярност сред издателите, прогнозите показват, че броят на читателите на електронни книги се очаква леко да спадне през следващите години. През 2015 г. в страната е имало 92,64 милиона души, които четат електронни книги. До 2021 г. тази цифра се очаква да спадне до 88,45 милиона, както твърдят от статистическия портал

statista.com. Спадът в продажбите на електронни книги в САЩ започва от 2014 г. и тази тенденция се запазва. Според данни на Асоциацията на американските издатели за първите шест месеца на 2016 г. приходите от електронни книги са намалели спрямо същия период на 2015 г. от 583 на 556 милиона долара¹.

След като през 2014 г. достигат своя връх от 275 милиона британски лири, продажбите на е-книги във Великобритания започват да намаляват и спадат до 204 милиона през 2016 г.² Интересно е, че и в САЩ, и във Великобритания печатните книги отбелязват растеж през последните две-три години.

Кои може да са причините за спада на е-книгите? Печатните книги все още остават по-привлекателни, като издателите установяват кои видове литература са по-успешни в традиционния хартиен вариант.

Друга причина е в детските книги, които винаги са били по-популярни в печатен, отколкото в електронен формат. Това е мнението на Фил Стоукс, ръководител на развлекателния и медиен отдел на компанията „Прайсуотърхаус Купърс“ в Лондон. Подаряването на книга е много по-впечатляващо, отколкото ако подарим електронната ѝ версия. Експертите посочват още, че много хора се опитват да прекарват по-малко време пред екрана.

Достатъчно разпространени ли са електронните книги в България?

Книжният пазар в България е сравнително малък. Липсва официална статистика за продадените електронни книги, но практиката показва, че българските читатели,

¹ AAP. Reports. Publisher eBook Revenues Down in First Half of 2017. The Digital Reader. 26 October 2017. Available from: <<https://the-digital-reader.com/2017/10/26/aap-reports-publisher-ebook-revenues-first-half-2017>>

² Publishers Association (PA). Publishing Yearbook 2016. Available from: <<https://www.publishers.org.uk/media-centre/news-releases/2017/uk-publishing-has-record-year-up>>



преминали към четене в дигитален формат, се увеличават, макар и бавно.

Мнозина предпочитат е-книгата поради голямото улеснение – само с един клик вече е възможно да се закупи желаната книга. Най-различни сайтове предлагат тази услуга.

Стартирала през 2011 г., biblio.bg е първата по рода си специализирана платформа за продажба на електронно съдържание. Сайтът предлага книги и списания в електронен формат. Всички материали са легални, не нарушават авторските права и спомагат за развитието на издателската дейност в България. Мая Манчева от biblio.bg споделя, че при създаването на сайта екипът се е постарал да разучи целия процес, да събере нужната информация, както и да проследи какво се случва по света, за да може накрая българският читател да е добре запознат с електронната книга и нейните предимства.

Освен в biblio.bg, електронни книги се продават на сайтовете на „Хеликон“ и други големи книжарски вериги, както и на водещи издателства като „Колибри“ и „Сиела“, които наред с печатните издания предлагат и електронните им версии.

Biblio.bg отчита, че през 2017 г. продажбите им на електронни книги са намалели с около 30% спрямо 2016 г.

На какво се дължи спадът в продажбите?

Според Мая Манчева главната причина е свързана с все по-малкия брой заглавия, които получават от издателите. Някои от тях смятат, че книгите няма да се продават в електронен формат и не виждат потенциал в този нов пазар. Те се страхуват, че ако електронните книги започнат да се продават повече, те няма какво да правят с печатните си заглавия. Ако това се случи, те ще имат редица проблеми: или продукцията им ще застоява в складовете, или ще се наложи да печатат в по-малък тираж и по този начин ще се оскъпи производството. Други са много предпазливи и предоставят електронния вариант едва като изминат няколко години,



след като са издали печатния. Така има огромна вероятност читателят вече да е закупил печатното издание и да няма нужда от електронното. Мая Манчева е на мнение, че такъв предпазлив подход не може да развие пазара на електронни книги и не може да го направи истински конкурентен.

Мнозина не виждат смисъл в издаването на електронни книги, защото нямат финансова възвръщаемост. Самото създаване на електронните издания не означава да се вземе един файл да се пусне в интернет пространството. Електронната книга също изисва технологичен процес и подготовка за публикуване.

Има и издатели, които подкрепят пазара и вярват в бъдещето на електронната книга. Когато излезе ново заглавие, те предоставят и хартиеното, и електронното копие. Така се осъществяват по-големи продажби и книгата се реализира добре. Ако един автор е много известен, книгите му ще бъдат търсени и в двата формата.

Въпреки нарастващия брой заглавия в електронната платформа, продажбите са намалели. Именно липсата на достатъчно съдържание играе ключова роля. *Броят на потребителите се увеличава само ако има разнообразие от нови заглавия*, споделя Мая Манчева и допълва: *Щом един потребител влезе в сайта и види, че няма нищо ново, той ще започне да го посещава все по-рядко. Ако издателите не предоставят често заглавия, няма да има разнообразие, а това от своя страна ще доведе до спад на клиентите и съответно на продажбите.*

Печатна или електронна книга?

Въпреки спора между „старото“ и „новото“, една книга не може да е враг на друга. Така мисли Юлия Петкова от „Колибри“, убедена, че всеки уважаващ себе си издател трябва да съблюдава пазарните тенденции и да предостави различни възможности на читателите си, за да имат избор. В „Колибри“ са мотивирани да създават книги в електронен



формат, защото той е много практичен и предлага незаменими удобства.

По техни данни печатната книга все още е по-търсена от електронната, въпреки че има нарастване на продажбите. За 2017 г. „Колибри“ отчита 8% ръст на продажбите спрямо 2016 г. и 9.5% спрямо 2015 г. Относителният дял на продажбите на е-книги обаче ще се покачва с много бавни темпове.

Сега почти всеки договор за издателски права се сключва както за печатно, така и за електронно разпространение. Това ще доведе вероятно и до съживяване на пазара на е-книги.

Какъв е изводът?

От biblio.bg вярват, че е-книгата има потенциал. Те не се отказват от това, което правят, а именно да са иновативни в предлагането на електронния продукт по най-добрия начин за потребителя. Осигуряват и DRM защита за е-книгите, която помага те да бъдат разпространявани само правомерно.

От „Колибри“ също са убедени, че читателите на електронни книги се увеличават, но с много бавни темпове, защото мнозинството все още предпочита класическата хартиена книга.

Има и потребители, най-вече по-младите, които са привърженици на електронния формат и вече едва ли ще се върнат към печатния. Затова много издатели вече изграждат позитивен имидж и правят инициативи в полза на четенето на електронни книги.

Мисленето на авторите, на издателите и на книготърговците все повече се променя. Благодарение на усилията им е-книгата ще се развива и тепърва ще навлиза активно на българския пазар, макар това да е бавен процес.

Цветослава Тодорова

„За“ и „против“ електронния четец

Няма по-верен приятел от книгата, казва един от най-значимите американски писатели Ърнест Хемингуей. Книгата е едно от великите изобретения на човека. Всички знания, които притежаваме, дължим на книгите. Целият живот и история на човечеството са положени в тях. Родове, племена, държави, цивилизации са изчезвали, но книгите са останали.

Най-хубаво е, когато можем да открием себе си в книгите. Хората имат различни потребности. Всеки чете по различни причини. Едни, защото просто обичат да четат, други намират спокойствие и утеха в редовете. Някои хора си запълват времето между станциите в метрото. Не е важна причината, а това да можем да оценим и запазим прочетеното вътре в себе си. Да получим ценен урок от всяка книга, до която сме се докоснали.

От хартиения носител с напечатан текст към електронния четец

Електронният четец представлява джобен компютър, чийто дисплей заема основната част, тъй като е предназначен за визуализиране на текст и картинки. На практика е-четецът е мобилна библиотека. Това е едно от най-раз-



работваните устройства за четене на електронната книга. Стремешът е да се преодолее проблемът с умората на очите, която настъпва при използването на компютърни устройства, които не са предназначени за интензивно четене. Целта е тази техника да улеснява достъпа до голям брой книги, които може да вземеш навсякъде със себе си.

Полезността и практичността им зависят от условията на конкретната ситуация – в един случай електронната книга е по-подходяща, а в друг – печатната. В ерата на виртуалните игри и технологичните забавления най-голямото успокоение за бъдещето на обществото е фактът, че някой някъде чете книга.

Има ли значение как се чете книгата?

Електронните книги никога няма да бъдат част от интериора на дома. Може би затова те не достигнаха очаквания интерес от страна на издателите. Голяма част от читателската аудитория все още избира да остане в света на книжното тяло, макар да има хора, които опровергават тези твърдения. Въпросът е дали електронната книга убива печатната? Ако сравним функциите, практичността и цените на двете, ще установим, че всяка има своите предимства и недостатъци. Във война ли са те или съревнованието между двете е излишно?

Предимствата на електронния четец

- Пести място – по-удобен, когато пътуваш или искаш да носиш в себе си повече от три книги. Иначе казано – можеш да съхраниш до около 500 файла и да имаш голяма подвижна библиотека.

- Не се износва и захаява и не съществува риск от повреждане на страниците, не събира (много) прах. Ако не харесаме дадена книга, можем просто да я изтрием.

- Предлага възможности за улесняване на четенето.



- Може да се ползва при ниска осветеност или пълна тъмнина, при наличие на подсветка.

- Спомага за опазване на околната среда, защото чрез него се четат електронните книги, за които не са необходими нито хартия, нито печатарски мастила. И това е едно от най-добрите му качества.

Недостатъците

- Конкретният четец може да не е съвместим с всички формати на електронни книги.

- Изисква се грижа по поддръжката и складирането на файловете, за да се избегне повреда или загуба. Технологиите се менят, излизат все по-нови и нови варианти, и тези от преди две години вече се водят стари. Трудно е да се каже кога електронното устройство може да „сдаде багажа“ и да попаднеш в ситуацията *Ами сега... къде ми изчезнаха книжките?!*

- Повредата в този случай е много неприятна и често не можеш да върнеш съдържанието. Но ако имаше хартиеното издание на книгата, това нямаше да те притеснява...

- Четенето може да бъде трудно (и дори вредно) за очите. Макар да се твърди, че е-четците не пречат на зрението, не можем да бъдем напълно сигурни, че е така. Все пак не трябва да се стига до прекомерна употреба и поява на умора.

Лесното възпроизвеждане в някои случаи може да доведе до разпространение на копия без разрешение – все по-често срещана тенденция в разпространението на електронните варианти. Макар да можеш да си закупиш хартиеното издание, вече голяма част от книгите са достъпни безплатно онлайн. Това обаче не само вреди на автора, защото книгата му не се купува, но се разпространяват копия без съгласието му. Също е и нарушение на авторските права. За съжаление



много хора не виждат проблем в това и не се интересуват от последствията.

- Разпространението в някои формати е трудно за разглеждане на екран с ограничени размери или резолюция.

Достъпността до съдържанието на книгата зависи от капацитета на устройството, което ползваме, за да я четем. Също липсва единен стандарт за файловете формати на книгите – тоест не всички формати могат да се четат от един електронен четец.

- Цените на електронните четци все още са високи. Все по-усъвършенствани, но все по-скъпи.

- Липсва физическият контакт с книгата – да седнеш в тихата стая, да разлистиш книгата и да чуеш песенга на думите, усещайки аромата на хартия, пропита с мастило.

Като се имат предвид посочените предимства и недостатъци на електронния четец, би могло да се направи заключение за неговото приложение. Със сигурност бъдещето на обществените библиотеки е свързано с дигитализацията на фондовете, за да станат те компактни, общодостъпни, с перфектни възможности за търсене и да се отстрани проблемът с амортизацията. Запазването в регистрите на библиотеките дава сигурност за бъдещите поколения. Съхраняването, поддържането и обновяването на информацията е плюс както за издателите и писателите, така и за читателите.

Голяма част от предимствата на печатната книга са чисто емоционални и сантиментални. С личните библиотеки въпросът стои по друг начин поради носталгията по „самото усещане“ за книгата...

С електронните книги се губи връзката между теб и книгата – твоята хартиена си носи някакви индивидуални неща – похабено ръбче, подгъната страница, производствен дефект. Ти можеш да познаеш коя е твоята книга. Докато всички електронни книги са еднакви.



Погледнато от друга страна, те се допълват. Великите книги не напускат човека. Въпреки времето той носи в себе възторга и тъгата, хората, местата и събитията, носи и пази духа им. Няма значение къде и как ще бъдат прочетени. И печатната книга като част от ритуал, който завинаги остава в сърцето, и електронната книга като адекватно решение за четене в забързаното ежедневие. Всеки сам прави своя избор.



Стефания Терзиева

Буктьюб – новата възможност за маркетинг на книгите

*„С появата на социалните мрежи медийната индустрия
направи огромен еволюционен скок, който смятам,
че ще окаже не по-малко влияние на обществото,
отколкото пресата на Гутенберг.“*

Оливър Лъкет, съавтор на „Социалният организъм“¹

Появата на социалните мрежи и тяхното все по-задълбочено навлизане в нашето всекидневие поставиха началото на мащабна промяна в начина, по който се разпространява информацията. Тяхната еволюция продължава и до днес: нови платформи на комуникация неоспоримо превръщат интернет пространството в нов вид възможност за предаване на знания, мнения и въпроси. Една от сферите, които са фундаментално засегнати от развитието на социалните медии, е маркетингът. Рекламите са вече неизменна част от сайтовете, в които харесваме, коментираме и споделяме. Непрестанен поток от информация за нови продукти е пре-

¹ Лъкет, Оливър, Майкъл Дж. Кейси. Социалният организъм. София: Кръгзор, 2017.

доставен на онлайн потребителите от апове, качени на телефоните им.

Приложение на новите дигитални тенденции могат да намерят и съвременните книгоиздатели. Книгата като продукт се нуждае от активни маркетингови стратегии, които да популяризират нейната поява и да затвърдят четенето като ценност на обществото. Един от най-ярките примери за модерни и успешни рекламни акции са интернет обществата на буктьюбърите.

Същност на социалните мрежи

Сайтовете, които представляват социални мрежи, имат за цел да изграждат и поддържат онлайн общества и връзки между хора, които споделят еднакви интереси, дейности или имат връзки и отношения в реалния живот, които поддържат дистанционно и онлайн. Сайтовете платформи осигуряват различни начини за комуникация и въздействие като чат, изпращане на съобщения или имейли, споделяне на аудио- или видеоматериали, изпращане на различно забавно или любопитно съдържание. Използват се всекидневно от милиони хора, като най-често те обновяват профила си в тях, следят какво се случва с техни познати и приятели или изпращат съобщения.¹

Именно групата, общността стои в основата на социалните мрежи. Създават се виртуални лични връзки с хора, които имат същите интереси, и същевременно се изграждат социални контакти на базата на създаване на съдържание, което отговаря на съответния интерес.

Идеята за лична виртуална искреност е нужният фактор, който действа като предпоставка за междупрофилно доверие. Решението какво да се сподели, какво да се препо-

¹ Кръстева, Невяна, Мирена Тодорова, Краси Енева, Деница Гаврилова. Дигит@лен м@ркетинг. София: Авангард Прима, 2016, с. 166.



ръча или порицае, коя реклама да се допусне в персонално-то онлайн пространство е личен избор на независими индивиди.

Ютюб сензациите с милиони последователи са актуален пример за успешно създаване на интернет общество. В замяна на искреност и актуалност те получават подкрепа под формата на харесвания, коментари и споделяния, които водят до тяхното непрекъснато и допълнително популяризиране. Те са привлекателни за маркетинг компаниите, защото притежават дигитална власт над пряко достъпните си последователи.

Кратка характеристика на социалните мрежи в България

Българите, както и останалите европейци, прекарват най-много време онлайн в социалните мрежи, по данни на DigiTribe Report. Над 87% от интернет потребителите в България използват социални медии, а 70% смятат, че коментарите на компаниите в социалните медии създават доверие.

Над половината потребители на социални медии в България твърдят, че са се замисляли за покупка на продукт или услуга, след като са я видели във Facebook.¹

Ролята на социалните мрежи в България е доказана. Българското общество активно участва в интернет пространството и се възползва от дигиталната информация, която намира там.

Маркетинг в социалните мрежи

Маркетингът в социалните мрежи е комуникация на продукт/услуга/марка в социалните мрежи с цел постигане на определени маркетингови цели и поддържане на връзки с клиенти. Включва периодично и дългосрочно провокиране на внимание към даден продукт, услуга, марка, компания или сайт чрез социалните

¹ Пак там.



мрежи. Основно се осъществява чрез създаване на съдържание, което е интересно и подтиква потребителите да го споделят в дадени социални мрежи и винаги е съпроводено с многопосочна комуникация и съдържание, генерирано от потребителите като обратна връзка¹.

Социалните мрежи са неизменна част от всекидневието. Независимо дали се използват пряко или непряко, тези информационни платформи, базирани на междупрофилна комуникация, влияят върху решенията на потребителите.

Потенциалните ви клиенти вършат нещо онлайн – търсят нещо. Казват ви, че са на пазара, размахват ръце насреща ви. Там са единствено защото искат да получат нещо – а това би могло да са точно продуктът, услугата или информацията, които вие предлагате².

Какво е различното, новото, уникалното в онлайн маркетинга? Обратната връзка, която дава клиентът. Рискът и излишните разноски могат да бъдат намалени, като решенията се базират на данни, получени от самите потребители. Интерактивността на социалните мрежи е революционен елемент в онлайн комуникацията. Безплатното и честно дадено мнение на потребителите за дадена компания или продукт е безценен ресурс за изграждането на маркетингови стратегии за бъдещи проекти.

Установяването на по-близка връзка между компания и потребител е една от най-успешните стратегии. Доказателство за това е постоянният поток от нови социални мрежи, които постепенно се увеличава с всяка изминала година.

За да се систематизира един успешен рекламен проект, трябва да се обърне внимание на следните елементи: броят на интернет профилите се увеличава всеки ден; съдържанието се движи изключително бързо; доверието към подна-

¹ Пак там, с. 167.

² Бърд, Дрейтън. Директен и дигитален маркетинг на здравия разум. София: Локус, 2012, с. 212.



същия информацията е от огромно значение; участието в дигиталния свят е напълно свободноизбираемо.

Прилагане на новите маркетингови стратегии в книгоиздателския бизнес

За възможните предимства на онлайн маркетинга при книгоиздателите пише Натали Стойнова в текста си „Маркетингът на българската книга“ още през 2007 г.

Електронната мрежа предлага възможности за тясно насочена реклама – само в специализираните сайтове или в страниците за култура и литература в големите портали и каталози, или пък в литературните дискусии. Освен че е целево насочена, може да стане истински ефективна чак в близкото бъдеще, след като една по-голяма част от българите се е включила в мрежата¹.

Както се вижда от данните, изложени по-горе, това време вече е настъпило. Интерактивността на социалните мрежи ги превръща в перфектната среда за обсъждане на един продукт, в този случай книгата. Една от най-широко разпространените платформи в България е ютюб. В тази част ще се разгледа книгата като продукт в пространството на ютюб. Съответният термин, който ще обозначава онлайн обществото, е *буктюб*.

Буктюб

Youtube е социална мрежа, която предлага генерирано видеосъдържание от потребители и компании. (...) В Youtube потребителите имат възможността освен да качват съдържание, а и да споделят, оценяват и коментират вече създадено такова от други².

Ютюб е доминиращата платформа за видео. Също така е един от първите сайтове, въвели успешно политиката

¹ Стойнова, Наталия. Маркетинг на българската книга. – В: Бизнес среда на книгата. – София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2007, с. 142.

² Кръстева, Невяна. и др. Цит съч., с. 169.



на възнаграждаване на своите потребители за съответното създадено съдържание.



Терминът *буктюб* е съставен от две части: *буукс* (книги)+ютюб. Сайтът *bookstacked.com*¹ дава главно три определения:

1. Най-якото общество в ютюб
2. Там, където се отива за книжни препоръки
3. Хора, които говорят за книги пред камера

Буктюб е общност от влогъри, която основно се занимава с книги. Буктюбърите (тези, които участват в буктюб) често преглеждат книги, които четат и препоръчват на зрителите си. Смята се, че общността е една от най-бързо развиващите се в ютюб.

Видове видеа, които са характерни за такива канали:

- Ревюта – когато споделят мнението си относно някоя книга. Най-често спонсорирани от издателства с цел представяне на ново заглавие.
- Книжни покупки – когато буктюбърът споделя книгите, които си е закупил (често става дума за месечни видеа).
- Тагове – измислени от самите създатели на съдържанието въпроси на книжна тематика.

⁸ What is Booktube?. In: Bookstacked. Available from: <<http://bookstacked.com/what-is-booktube-2>>



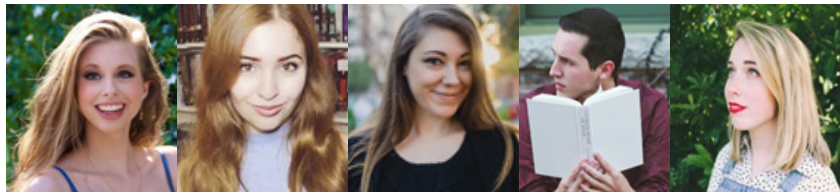
• Книжни влогове – когато буктюбърът „извежда“ зрителя от статичното видео и заснема процеса на четене или представя някакво книжно събитие. Някои създатели включват и допълнителни лични елементи от всекидневието си.

Това са най-често срещаните клипове. Много често влогърите създават поредици от видеа, с които допълнително представят книги. Такива са например „Любими книги“, „Миш-маш от ревюта“ на книги с еднакъв жанр, „Топ 5 заглавия“ (отново свързани от някаква обща идея) и други. Често срещана тематика са и филми, сериали, музика и други. Тъй като едно от условията на създаването на съдържание е **свободата** на изразяване, тази платформа се характеризира главно с **креативността**, която позволява на своите потребители.

Формирането на това онлайн общество води началото си от САЩ, като част от най-популярните буктюбъри са:

Буктюбър	Абонати	Обща гледаемост на клипове
PolandBananaBooks	375 205	56 638 472
Abookutopia	362 301	36 336 117
Katytastic	245 390	19 281 387
Jesethereader	236 152	21 493 847
PeruseProject	217 276	20 235 955

Данните са взети на 30.11.2017 г.



За да бъде един канал успешен, тоест да привлече редовно нови последователи/абонати, трябва освен креативност да показва и постоянство. Всяко ново видео генерира допълнителни зрители и потенциални потребители.

Широката публика, до която имат достъп, е факторът, по който издателите се ориентират. Главната причина за разликите е периодичността на качване на клипове.

Американското книгоиздаване е изключително наясно с въздействието, което притежават тези създатели, и максимално се възползва от това. Не всички издателства обаче намират смисъл да влязат в контакт с буктюбърите, тъй като публиката им се състои главно от тийнейджъри и младежи, а литературата, която представят, е главно юношеска.

Въпреки ограничеността на целевата група и жанровата еднотипност на обсъжданите издания, успехът на този вид маркетинг е огромен. Около тези личности има утвърдена общност от потенциални купувачи, които сами са избрали за кого да се абонират и следователно на чие мнение да се доверяват.

Личната връзка, създадена от размяната на мнения, подтиква към по-нататъшното споделяне на съдържанието и допълнително разпространение на информацията.

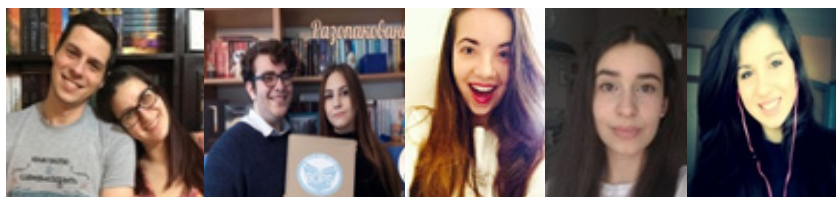
Показателно за влиянието на американските буктюбъри и за успеха на този тип маркетинг е изданието „Защото обичаш да ме мразиш“ – антология от разкази на 13 известни автори и 13 популярни буктюбъри, издадена от „Блумсбъри Ю Ес Ей Чилдрънс“ през 2017 г.

В България също се е сформирало такова общество и част от българските издатели много активно се възползват от този тип реклама. Видовете клипове се препокриват, но влиянието на създателите и интернет връзката, която се поражда, са също подходящи за рекламните цели на книгоиздателите.



Буктюбър	Абонати	Общо гледания	Дата на присъединяване
Четат ли двама	3 765	432 805	13.12.2015 г.
LoveLife&Books	3 456	135 136	17.02.2015 г.
Kristina Z	2 983	3 309	15.07.2011 г.
Stefi Booktopolis	1 349	71 772	9.07.2015 г.
Bookadore	1 061	51 828	7.02.2017 г.

Данните са взети на 30.11.2017 г. В таблицата са включени канали с повече от 1000 абоната.



Тук е много ясно изразено и използването на останалите социални мрежи за допълнително разпространение на информацията. Например буктюбърът *LoveLife&Books* дължи успеха си на първия си канал, в който качва ежедневни влогове. *Kristina Z* използва платформата уърдпрес за поддържането на книжен блог. *Четат ли двама* имат изключително силна активност във фейсбук, като едно от нещата, с които са популярни, са „живите предавания“, които правят. *Stefi Booktopolis* разширява контакта с абонатите си чрез профила си в инстаграм, където прави опити за създаването на естетически и приятни фотографии на книги. За популяризирането на нови издания това е огромно предимство, защото се увеличава потокът на потребители, които разбират за



съответната книга и се превръщат мигновено в потенциални купувачи.

Пример за издателство, което прилага успешни маркетингови стратегии, е Акцент 69. Главните буктюбъри, с които работят, са *Четат ли двама*. Една от акциите им е включването на книгата „Индор и Братството на Почти Пълната Луна“ от Б. Н. Добрев в месечната абонаментна „Кутия от хартиени усмивки“, създадена от двамата четящи. С това те разпространиха не само книгата, но и допълнителни рекламни материали към нея (тематичен книгоразделител, малка книжка с интригуващ откъс от книгата). Актуално беше и включването на рекламен материал и за друго тяхно издание, отново под формата на книгоразделител. Допълнително към това *Четат ли двама* направиха както ревю на книгата, така и две допълнителни видеа на интервюта с автора и илюстратора на изданието. Това е пример и за успешна симбиоза между този, който владее рекламния план, и този, който независимо и свободно го осъществява.

Заклучение

За да бъде ефективна, тя трябва да съответства на характеристиките на целевата аудитория, за да бъде релевантна от гледна точка на способите за установяване на контакти с реалните и потенциалните читатели и като резултат да им повлияе да действат в набелязаната посока.¹

Дигиталният маркетинг е направлението, от което рекламният специалист има възможност да извлече печалба с минимален риск от загуба и с огромно количество директна връзка с потребителя. Създаването на успешна маркетингова стратегия е възможно чрез **избора на правилната**

¹ **Абаджимаринова**, Румяна. Еволюция и революция в маркетинга и маркетинговите комуникации в книгоиздателския бизнес. – В: Бизнес среда на книгата. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2007, с. 118.



платформа за разпространение, успешното създаване на онлайн общество, предоставянето на информацията по креативен и завладяващ начин и възползване от възможностите за измерването на консуматорското поведение. Ютюб е една от най-подходящите социални мрежи, заради креативността, която предразполага, и множеството открояващи специфично мнението на клиентите статистики (гледано време, абонати, запазване на аудиторията, ангажираност). Именно поставянето на продукта директно в информационния поток, на който става свидетел потребителят всеки ден, чрез личност, на която той сам е избрал да се довери и с която се чувства лично свързан заради общия интерес, е маркетинг стратегията, която предизвиква най-силните комуникационни вълни.

Необходимо уточнение

Целта на създателите на тази книга е да погледнат към книгоиздаването от различни страни. Като обучение и професия. В миналото и сега. У нас и в чужбина. Те се обръщат и към юбилея на специалността „Книгоиздаване“ във Факултета по журналистика и масова комуникация, най-вече като съпоставка на началото с днешния ден. Без амбиция да отразят двадесетте години на нейното изграждане, но с благодарност към многобройните и` строители: ръководителите на факултета и катедрата „Пресжурналистика и книгоиздаване“, преподавателите от академичния състав, професионалистите от реалния бизнес. И, разбира се, стотиците студенти, също допринесли за успешния учебен процес.

Погледи към книгоиздаването
Българска. Първо издание

Редактирането, коригирането, дизайнът и предпечатната
подготовка
са извършени от студентите по книгоиздаване от втори
курс
във Факултета по журналистика и масова комуникация на
Софийския университет „Св. Климент Охридски“ през ака-
демичната 2017/2018 година.

Формат 16/60x84
Печатни коли 15

Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
София, ул. „Московска“ 49

Печатница на
Университетското издателство
„Св. Климент Охридски“

Книгата не е предназначена за продажба.
ISBN 978-954-8194-92-1