



ПОДСТЪП КЪМ ИСТОРИЯТА НА РОДНОТО КНИГОИЗДАВАНЕ

Доц. г-р Евгения Русинова

Георгиев, Лъчезар. Българско книгоиздаване. Ретроспекции. Тенденции. Структури. Модели. Университетско издателство „Св.св. Кирил и Методий“. Велико Търново, 2006, 343 с.

На книгата на Лъчезар Георгиев трябва да се обърне внимание по няколко причини. Първата е самата тема – българското книгоиздаване. Не са малко публикациите в това тематично поле. Считано е за важно при изследване на възрожденската история. За периода от 1878 г. насам обаче то присъства само символично. Интерес към него има по-скоро в краеведски план. Голяма част от публикациите са популяризации. Дидактичност и приповдигнатост много често скриват фактологични приноси. Самотно стоят няколко забележителни публикации от миналото и актуални текстове. Няма да е преувеличено, ако отбележа, че родните изследвания са далеч от добрите образци и западни, и руски. Това състояние ме провокира да разгледам направеното от автора.

Заслужава да се отбележи книгата и защото съдържа многообразие от ракурси. Тематична насоченост и структура на работата илюстрират значителните изследователски усилия на автора по история на книгоиздаването. При това вниманието му, не е съсредоточено само към фактологични реконструкции. Интересуват го и обобщения, често прибегва до открояване на акценти. Историята на книгоиздаването в текстовете на Георгиев не е само събитийен преглед за отделно издателство, а преглед на издателска политика, работа с автори, анонсиране на продукцията. Дори когато в книгата отделни текстове стоят на пръв поглед изолирано, значението им за темата за българското книгоиздаване е несъмнено.

Не бих искала да пропусна и фактологичната канава; основа, извлечена от архивни документи, преса,

мемоари, анализ на печатни произведения и пр. Авторът еднакво добре си служи с различни източници, не проявява открити предпочитания към някои от тях.

Прави добро впечатление езикът на автора. Той пише ясно. Чете се леко. Макар изкушен към темата, Л. Георгиев излиза извън обичайната за родните текстове върху книги, четене, библиотеки и книгоиздателства приповдигнатост и дори патетичност. Не допълва (не компенсира) анализа с емоционални аргументи.

Книгата има значение не само в проблемната област *книгознание*. В нея се съдържат акценти, които са препратки към други сфери. Така тя се вписва в по-широката област на родната културна история. За да се случи културната история, да припознае книгоиздаването като своя интегрална част, трябва да се рецензират изследванията по история на книгоиздаването.

Многообразието на ракурси, което отбелязах, може да се сведе до четири главни аспекта, които в различна степен са застъпени в текстовете: печатно дело, издателска дейност, оформяне на книги, ролята на отделни личности. Могат да се изброят и други акценти, но тези, струва ми се, са водещите в една панорама на българското книгоиздаване.

Съдържанието е обособено в два големи блока (дяла). Те са почти равностойни по обем. Първият „Ретроспективен преглед на родното книгоиздаване“, е хомогенно историческо изследване. В него се следва стрикт-

но хронологията на развитието. Във времево отношение са включени два периода – доосвободения и времето след това, фактически до национализацията на книгопечатната/издателска дейност в 1947/48 г. Във втория – „Структури и модели в българското книгоиздаване – исторически и съвременни аспекти“, са обединени исторически прегледи и прегледи върху технологични аспекти. Тук проучването се движи от историческото, от приключил етап на развитие към актуална проблематика. Хронологично при втория има известно припокриване с първия – текстове, ситуирани към епохата на Възраждането и времето 1878–1944. Много силен акцент (почти половината от втория дял) е посветен на актуалната проблематика.

Първата част на първия дял е заета предимно от текстове, проследяващи развитието на книгопечатането и книгоиздаването през възрожденския период. Печатарска и издателска дейност в разглеждания период са практически неотделими. Съществена характеристика на епохата е оформяне на полиграфско-издателски сдружения на българи извън пределите на Османската империя, добре открояна от автора. Два малки текста разширяват хронологичните рамки на изложението. Първият илюстрира развитието и проявите на някои институции, свързани с книгопечатането след Освобождението 1878. Вторият засяга важната, обикновено проучвана в краеведски план, тема за печатарска и издателска дейност извън водещите национални центрове. Показани са примери от гр. Павликени от времето между 1909 и 1948 г.

Обособени тематично текстове показват основни издателски процеси между двете световни войни. Трябва да се отбележат два привличащи внимание акцента. Те са и едни от най-важните в цялата книга. Първият е върху управлението на книгоиздателската дейност и осъществяването на книгоиздателска комуникация. Транслирано в съвременната ни терминология става дума за мениджмънт, маркетинг, за диференцирана работа (рекламна, с отделни автори). Като примери са привлечени дейността на книгоиздателя Стоян Атанасов и на Христо Хаджиев. Обектите на авторско внимание са удачно подбрани. Първият притежава изразен тематичен, авторски и пазарен сегмент. Вторият представлява мощно книгоиздателско предприятие („Хемус“ АД). Чрез тяхната дейност могат да се проследят водещи тенденции и практики на периода между двете световни войни. Важно в акцентите, изведени от автора, е показването на примери на издателско-редакционна политика. Този тематичен аспект е от значение и за разглеждане на

социално-психологически аспекти на общуването издател – автор. Цитираните текстове от писма и други документи показват съществуването на установени практики за работа с авторите. Те имат значение и като препратки към биографиите на популярни в разглеждания отрязък от време писатели. В текста за издателското предприятие „Т.Ф.Чипев“ акцентът върху издателските му каталози насочва в друга посока – към печатната рекламно-информационна работа, която в българския случай получава завършен облик между двете световни войни.

В обобщение по този първи основен дял на текста може да се посочи, че:

- открито е многообразието на прояви, свързани и съпътстващи развитието на книгопечатната и книгоиздателска дейност;
- пълноправно са включени въпросите за управлението и комуникирането;
- от включените в текста примери може да се направи извод за усложняване и диференциране на книгоиздателската дейност, осъществяващо се между двете световни войни;
- историята на книгопечатането и книгоиздаването трябва да намерят мястото си в рамките на културната история.

Вторият дял на книгата носи отпечатък на разнопосочни изследователски интереси на автора.

Ще отбележа онези текстове, които съдържат отправни точки за нови интерпретации или за резултатни дискусии.

Двете работи върху пътеписната литература, първият – за възрожденския период, втория – за времето от 1878 до 1944 г., идват да покажат колко многоплатова е пътеписната тематика. Текстът, озаглавен „Пътеписна литература и издателска традиция след Освобождението (до 1944 г.)“ подхожда към някои от основните пътеписни произведения. Вниманието, отделено на работи на П. Делирадев, Б. Шивачев, Св. Минков, Б. Болгар свидетелства, че литературознанието и книгознанието само биха се обогатили, ако разработят пътеписната проблематика. Пътеписната тема поставя основни въпроси, чието разискване би позволило, според мен, да се открият важни социо-културни параметри като: обвързаността на пътеписната тематика с хоризонта на епохата; причините, обусловили авторските подтици към пътеписния жанр; читателския, съответно рецепционния сегмент на пътеписната книжнина.

Под заглавие „Историческата тема в българската книга“ авторът прави преглед на продукцията историческа проза, публицистика, на някои, ориентирани към по-широка аудитория изследвания, а също и на монографични и други академични публикации за времето от 60-те години на ХХ в. насетне. Показани са тематичните предпочитания на отделни водещи издателства. Значителната по обем информация, събрана на едно място, очертава параметрите на висок и траен интерес към миналото, показва станали емблематични творби, популярни и тиражирани заглавия на своеобразни социалистически исторически бестселъри, както и вече забравени книги (но и забравени автори!). Оттук вече могат да се поставят въпроси за причините на интереса към миналото, за обвързаността между обществено развитие, светогледна система и нужда от историческо четиво, за евентуалната евазионистична функция на историческата проза и пр. Разбира се, тематичният профил на въпросите може да се разшири. Важното е обаче самото привличане на вниманието. Удачна тема и сериозен ресурс от факти придават на разглеждания текст значение на подтик, на – както е популярно да се определя – „изходна изследователска позиция“.

В актуален, ще го определя като „технологичен“ план насочват текстовете, посветени на оформянето на книгата и на рекламата. Авторът споделя свои наблюдения и като изследовател по темата, и в практиката си на издател. Разсъжденията му имат практическа насоченост. От друга страна, те внасят личното му отношение в много актуалната, силно преекспонирана тематика за комуникации, интегрирани комуникации, рекламни техники в книгоиздаването. Наблюдения и практика са в основа на разсъжденията под заглавие „Комуникация на дизайна и оформителските подходи“, центрирани около констатация, че „изкуството на книжното оформление“ се превръща в „решаващо средство при комуникация на книгата“. Някои разсъждения върху издателската реклама съдържа друг текст („Език и философия на печатната реклама в контекста на издателския процес“). В нея са споделени наблюдения върху рекламните параметри при обложката, анотация, по отношение на твърдата корица, за цвета, размера и мястото на рекламата във вестника. Отделено е значително място на „рекламни издателски атрибути“ като издателски календар, дипляна, листовка, проспект, каталог. Това са материали, които обикновено силно се подценяват и на които в книговедските среди се гледа като на мало-важни. Те обаче са съществена, иманентно присъща част

от книгоиздателската дейност. Много добре са застъпени, заедно с други информационни форми, в периода между двете световни войни*. Днес те са абсолютно задължителни. Включването на текстове за тях в книгата е израз на разбиране на тяхното значение.

Освен всичко посочено за подхода на автора към темите трябва да се каже и, че:

– той не полемизира, нито с автори, нито с тези; придържа се към неутрално изложение;

– в текстовете няма спекулации; авторът е чужд на модното цитатничество, на кокетирането със „свалени“ от Интернет истории, на позоваването на „крилати мисли“ или на харти, декларации или резолюции с международен характер. Текстовете са ориентирани само към проблемната област на книгоиздаване с всичките ѝ аспекти;

– не се дават генерални оценки и претендиращи за „фундаменталност“ обобщения. Вместо „метанаука“ се предлагат отделни акценти, очертаващи тенденции.

Приятно впечатление прави хубавата корица и като цяло отличното оформяне. Проличава вкус и професионализъм.

Оценявайки по достойнствата ѝ книгата не мога да кажа, че не съм склонна да полемизирам с автора. Полемика обаче в план на други разсъждения по някои от засегнатите от него теми. Полемика, която не би променила изразените ми становища за постигнатото от автора.

Лъчезар Георгиев прави подстъп към историята на родното книгоиздаване. Ще ми са да вярвам, че с неговата книга се открива възможност за многостранно проучване на тематиката. Изходна позиция има. Разглежданата книга показва различни аспекти, отразява множество подтеми. Открива книговедски ракурси там, където стереотипно се търси литературна история или където се подхожда с доморасли комуникационни теории. В това също е нейното значение.

В предговора се посочва, че изданието „представя още един поглед по разглежданите въпроси“. Даденият нов поглед, без да се подценяват другите набелязани приноси, е сериозно достижение. Върху него може да се спори, той може да се изменя или допълва. Но е основа, добро начало. За тези си усилия Л. Георгиев трябва да поздравен и поощрен.

* Ср.с: Русинова, Е. Да задоволяваме духовните нужди на нашите читатели. За някои информационни и рекламни практики на българското книгоиздаване – 20-те – 30-те години на 20 век // И з д а т е л, VI, 2004, № 1, с. 27–32





Корица на брой 1
на сп. „Издател“, излязъл
през октомври 1994 г.
Основател
Лъчезар Г. Георгиев

Стопански факултет
Катедра „Библиотекознание и масови комуникации“

Университетско издателство
„Св. св. Кирил и Методий“ – В. Търново

Редактор на броя
доц. д-р Лъчезар Георгиев

Формат 56x84/8. Печатни коли 4,5

ISSN 1310 – 4624

Годишен абонамент или заявка за сп. „Издател“ може да направите на адреса на редакцията:

5000 Велико Търново, ул. „Теодосий Търновски“ № 2,
Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“
тел.: 062/ 618 295; 63 11 76; E-mail malina_pd@abv.bg

DEAR READER,

You can subscribe to the „Publisher“ magazine for the year 2005 by sending the subscription fee by mail-order to the following address:

5000 Veliko Turnovo, 2 Theodosi Turnovsky Str.

„Cyril and Methodius“ University

Prof. Dr. Luhezar Georgiev Georgiev

Please, write „Subscription fee for the „Publisher“ magazine“ on the mail-order as well as your address and Telephone number for delivery and contact. Tel. 062/618 295 или 63 11 76 (Veliko Turnovo University Pres) Thank!

ПЕЧАТНИЦА „СИРА“ – Велико Търново