



„ДА ЗАДОВОЛЯВАМЕ ДУХОВНИТЕ НУЖДИ НА НАШИТЕ ЧИТАТЕЛИ“

За някои информационни и рекламни практики
на българското книгоиздаване –
20-те – 40-те години на 20. век

Гл. ас. г-р Евгения Русинова

Информационните дейности и рекламната практика на българското книгоиздаване от миналото съставляват интересна, но слабо развита област. Проучването ѝ, само по себе си занимателно, същевременно е полезно и поучително. То позволява да се открият различни, може би на пръв поглед странични, но контекстуално много важни аспекти от тогавашната книжовна ситуация. Най-общо такива са:

– зависимостта на книгоиздателските информационни прояви от съответните читателски сегменти (устойчиви публики на отделни издания, поредици и издателства);

– разпространеността на съответните рекламни практики и общото ниво на рекламната дейност;

– ролята и значението на доминиращите културни, образователни, обществено-политически (съответно идеологически) парадигми в обществото;

– мястото на книгата в системата на основни ценности за момента;

– проявата на субективни фактори, като претенциите на даден автор, издател, обществена група, разположени в общественото пространство.

Интересуващият ме период е времето след 1918 г., когато независимо от някои затруднения, влошени условия и особености към началото на 20-те години е

моментът на масовизиране на книгоиздаването и на поява на модернизационни тенденции в книжовния сектор. Това са годините на разширяване на читателската аудитория, на засилена идеологическа и пропагандна дейност на различни обществени сили и на държавата като цяло. Същият период се характеризира и с утвърждаване на разнообразни практики на библиографско-информационна и рекламна дейност в книжовната сфера. (1) Ако консолидацията на книгоиздаването след Първата световна война (границата между второто и третото десетилетие на века) може да се счита за начало на проучвания период, то неговият край може да се разположи във втората половина на 40-те години. С голяма точност финалното събитие в него може да се отнесе към ликвидирането на частното книгоиздаване в страната (април 1948 г.).

Вниманието ми е привлечено от широко разпространени, не особено системно проявени, но значително устойчиви практики. Те не са повсеместни, но особено в 30-те и в 40-те години са отчетливи явления в книгоиздателската сфера и в книгоразпространителската дейност.

Въвеждането на някаква прегледност на съществуващите примери от информационни и рекламни

практики е наложително не само поради факта, че те не са задоволително и цялостно проучвани досега. Създаването на една, дори и условна и в работен порядък, систематизация би позволило в многообразието да се открие наличието на ясни тенденции, на отработени практики и на определени насоки на информиране и рекламиране. Привличайки внимание върху тази не особено популярна страна от националната книгоиздателска/книгоразпространителска практика в миналото се създават условия в научен оборот да се включи разнообразен и съществен информационен и рекламен материал. Последният, при подходящата интерпретация, е в състояние да внесе съществени щрихи в картината на книгоразпространение и книгоиздаване по отношение на наличните вкусове и моди, за представата за интереса, нагласите и приоритета на читателската аудитория и т.н.

Не на последно място систематизирания материал в съпоставка с чужди примери би показал на какво ниво спрямо установените европейски практики се намира българското книгоиздаване. По линията на чуждите влияния въпросът би могъл да стои и във вида: доколко отделни издатели въвеждат и стриктно следват особеностите на дадена чужда национална практика и в каква степен може да се говори за преосмислен общ чужд опит, така усвоен, че да не позволи доминирането на една пред друга тенденция. Резонността на такъв въпрос произтича от наличието на изразени ориентации към определени западноевропейски образци сред меродавните, престижни (и утвърждаващи вкусове и нагласи) поредици като “Мозайка от знаменитите съвременни романи” (сем. Юрукови – с определена франкофонска тенденция), библиотека “Златни зърна” (Славчо Атанасов – с внимание към англосаксонски и германски образци), библиотека “Знаменити съвременни романи” (М. Г. Смрикаров – с изразено влияние на англосаксонската практика) и т.н. (2)

Независимо каква страна от темата ще засегнем, налага се изводът, че българското книгоиздаване разполага със своите промоционални техники и практики. Типично за ситуацията в разглеждания период от време е тясното преплитане между информационното начало и анонса. Изразени средства, на които отделяме поотделно внимание са: а) библиографските списъци (разнообразни случаи на прикнижна библиография); б)

анотациите на книги (книгоиздателски анотации); в) отзивите. Наред с тези прикнижни информационно-рекламни текстове внимание заслужава и г) групата проспекти – самостоятелни или прилагани към списания – за отделна книга или серийно издание.

Библиографските списъци са утвърдена, широко разпространена информационно-рекламна форма. Техните разновидности могат да се обособят и сведат до представяне на книгите на :

- а) едно издателство/издател – традиционна, но сравнително по-ограничено проявяваща се практика;
- б) една издателска поредица – най-често срещания случай, при това в различни модификации;
- в) отделен автор – също традиционен, ала изолиран случай.

Към представянето на книги от едно издателство се подхожда когато трябва да се привлече внимание към заглавията в наличност, да се отбележат актуални публикации (най-нови по време издания) или, традиционно – за първите отпечатани книги (ранния етап от дейността на издателството). С времето подобни списъци се заместват със самостоятелно оформяни издателски листовки и каталози. Прикнижният списък с книги на едно издателство служи за акцент, който привлича внимание върху общата издателска продукция, излизаща извън рамките на някоя популярна поредица на издателя. Така постъпва издателство “Ив. Г. Игнатов и синове” по отношение издания, допълващи популярната му поредица “Библиотека за всички”. (3) Поставя се акцент чрез прикнижни библиографски списъци, поставени в книгите от тази поредица върху други заглавия от богатата издателска палитра. Има и случаи когато подобен списък замества, разбира се твърде условно, издателския каталог.

Издателските поредици са известни най-вече под названието “библиотеки”. По някой път те съставляват само обособена част от по-обширна издателска активност: например визираната “Библиотека за всички” или поредицата “Бисери от знаменити романи на всемирната литература” на книгоиздателство Игнатов. В други случаи съпътстват периодично издание (поредиците, наречени “библиотеки” към “Вестник на жената”, списанията “Икономия и домакинство”, “Домакия и майка” и т.н.). Не рядко поредицата/ите са единствените публикации на съответния издател: “Мозайка от зна-

менити съвременни романи” на сем. Юрукови. Библиотеките “Световни автори” и “Цветове” са най-изразеният акцент в дейността на издателя М. Г. Смрикаров.

Библиографският списък при поредиците е съобразен с техните особености. При “Библиотека за всички”, която няма фиксирана периодичност нито е от типа абонаментни поредици, списъкът насочва към по-близки до книгата, в която е публикуван, издания. В случаите когато броят издадени книги подлежи на един по-пълнен обзор, се представят сравнително попълни списъци на всички издания (изданията на “Вестник на жената”). При поредиците обособени по годишнини (“Мозайка”, “Златни зърна”, изданията на Смрикаров и т.н.) библиографският списък преди всичко разкрива заглавията за съответната поредна година: излезли и очаквани заглавия. Среца се и списък неизчерпани заглавия от предишна годишнина (шнини – при библиотека “Златни зърна” такива са за първата годишнина както и за преди 7-та. Много рядко се прибъгва до изработването на подробен библиографски списък на повечето издания от поредицата за определен период (такъв сравнително редовно публикува “Мозайка от знаменити съвременни романи”).

Обичайното място за отпечатване на библиографските списъци е външната страна на задната корица. То е запазеното място за “Библиотека за всички” и за книгите на “Вестник за жената”, но и за “Универсална библиотека” и мн.др. (4) На това място библиотека “Златни зърна” дава списъка на излезлите досега книги, както и на такива за следваща годишнина (за която се набират абонати). Не е за пренебрегване и вътрешната страна на задната корица, използвана от библиотека “Мозайка” за изброяване излезлите през съответната годишнина книги, а за “Златни зърна” – за неизчерпани заглавия от предишна годишнина. Вътрешната страна на задната корица при библиотека “Нова Европа” е място където се съдържа подробно изброяване на всички излезли и на очакваните заглавия. По-рядко библиографският списък се помещава самостоятелно вътре в книгата, обикновено след основното й книжно тяло и преди корицата. Такава практика, макар и епизодично, се среща в книги от поредицата “Библиотека за всички”, сравнително редовно в отделните томове от библиотека “Мозайка” (поне веднъж годишно от средата на 30-те години насетне) (5),

но и библиотека “Златни зърна” и при изданията на “Вестник на жената”.

Оформлението на библиографските списъци е разнообразно и мъчно може да бъде подведено към някакъв общовалиден модел. Оформлението, както и съдържащата се в библиографския списък информация зависят от много и различни фактори. Водещо е предназначението на информация, т.е. библиографският списък се подчинява на определени книготърговски изисквания. Книгописът на “Мозайка” съдържа автор, заглавие и цена. Списъкът на излезлите от текущата и на неизчерпаните книги от предишна годишнина на библиотека “Златни зърна” се състои от същите елементи. Почти идентични са подобните списъци и на други “библиотеки”. В сравнение, обаче, описът на “Излезли книги от... годишнина” на “Мозайка” включва автор, заглавие, превод от (и името на преводача), страница и цена. Пример за различни подходи дават библиографските списъци към изданията “Вестник на жената”. Коричният списък е изграден съвсем бедно – заглавие, автор (незадължителен елемент, особено когато книгата не е художествено произведение) и цена. Същите данни фигурират и в аотиран библиографски списък, намиращ се вътре в книгата. (6) При него, разбира се, акцентът пада върху обяснението, т.е. върху аотиращата специфика.

Обобщено: библиографските списъци, разглеждани тук обхващат следните елементи – заглавие, автор, вид (повест, роман, разкази), превод от или превел от... (с името), страници, формат, година, цена. Обичайно обаче списъкът съдържа само част от тези елементи. Форматът, видът, евентуално предговор са сведения, към които се прибъгва рядко. Подредбата на елементите също е твърде разнообразна. Във всички случаи задължителни са сведенията за автор, заглавие и цената. Последната се извежда много отчетливо при всички видове списъци. Тя играе решаваща търговска роля и заедно със страниците е важен акцент в количествената характеристика на книгите.

Анотациите са ориентирани изцяло книготърговски. Тяхното съдържание е насочено към потенциалния читател, към обособената аудитория на издателството (съответно “библиотеката”), както и към конкретния реален читател. Книготърговските задачи, които изпълняват, определят видовете им специфики. Най-широко и постоянно прибъгват до тях някои от из-

дателите на поредици като “Мозайка” и “Златни зърна”. При тях това са текстове, разполагани обикновено на гърба на задната корица горе и насочващи към следващия номер от “библиотеката”. При “Златни зърна” същият текст се разполага и отзад на обложката, не само при изданията с твърди, така и при тези с меки корици (във втория случай информацията се дублира). Друг тип анотации използват изданията на “Вестник на жената”. При тях може да се говори за разширена анотация към библиографията, давана като приложение в някои от книгите.

Към началото на 40-те години се утвърждават две други разновидности на анотацията. Първата представлява разгърнат текст в обем на две страници в съответния книжен формат, представящ следваща книга от дадена поредица. Въвеждането на подобни текстове е дело на книгоиздателя М. Г. Смрикаров в неговата поредица “Световни автори”. Значителният обем позволява въвеждане на повече акценти на анонсираното издание. (7) Интересно явление е посочването на авторство за такива текстове, ангажирайки с изработването на текста лице свързано с превода или литературната редакция на книгата. Пак по същото време Славчо Атанасов въвежда към книгите с обложка на “Златни зърна” анотация на предната прегъвка на обложката представляваща актуалното издание. (8) По този начин издателят съчетава два анонса чрез обложката: за настоящата и за бъдещата книга. (9)

Съвсем рядко анотацията може да бъде открита и на вътрешната страна на задната корица (“Златни зърна” през втората си годишнина).

Анотациите обикновено не са многословни. Написани са безизкусно и следват принципа на директното послание. В значителна степен те следват чужди образци (френски и немски) и са твърде далеч от презентирането на бестселърите, утвърдено в задокеанската практика. Анотациите са своеобразни огледала на вкусове, нагласи и тенденции на времето си. Акцентите падат върху полезността (на книги с практическа насоченост като наръчници, помагала, ръководства и т.н.) и върху увличащото, интригуващото, необичайното (за художествена литература, особено преводна). Отделни издатели дават анотации, които са образци на издържаност, информираност и същевременно за добро книготърговско послание. Като типични могат да се посочат следните анотации:

“Половият живот в брака” от д-р С. Рибинг. Дава на достъпен за всекиго и неизризащ вън от рамките на приличието език упътвания за хигиеничен полов живот в брака.” (10) издание на “Вестник на жената”

“Един развод” ни рисува с неподражаемо майсторство социалния живот, на който Пол Бурже е едновременно дълбок психолог и внимателен хирург. “Един развод” ни изправя пред парливия проблем за моралното неравенство пред мъжа и жената в семейния и обществения живот. Книгата държи читателя в непрекъснатото напрежение.” (11) библиотека “Златни зърна”

“Дарбата и творчеството на Дюамел напомнят произведенията на Достоевски. Любов към човека изобщо и частно любов към бедния, скромния и честния човек изпълва всички творби на Дюамел. Типично негово съчинение е големият му социален циклов роман “Животът и приключенията на Салавена”; темата на тоя роман е: подобрене на човешкото общество, едновременно и преди всичко, чрез усъвършенстване на човешката личност” (12) “Мозайка”.

В отделни случаи, при издания предназначени за по-широка, недиференцирана, с по-непретенциозни вкусове и с по-ниско образователно и интелектуално равнище аудитория, в анотациите доминира рекламният аспект. Акцентът пада върху чувството, върху очакваното развлечение, а не върху съдържанието.

Съпоставката на разглежданите типове анотации с чуждестранните образци – на сравнително добре познатите и разпространени и в българска среда френски и германски, и в по-малка степен британски образци свидетелства, че в този аспект българското книгоиздаване следва актуалните европейски тенденции.

Отзивите съставляват група сравнително рядко използвани промоционални средства. Тяхното предназначение е да се популяризира дадено заглавие, респективно автор чрез подобрени позитивни, разнообразни и авторитетни оценки, като цяло вече публикувани. През 30-те години те стават едни от предпочитаните подходи, най-вече в случаите, когато се подчертава стойността на значително книжовно дело: книга, привлякла общественото внимание, различни оценки на цялостно писателско творчество, съответно издателска дейност и т. н. Разбира се, съществуват и книготърговските съображения, в духа на които събраните положителни мнения служат като своеобразен атестат за съответната книга, а играят и своеобразна

рекламна роля. С малки изключения използването на отзивите документираща реални културни феномени за времето си и в по-редки случаи е плод на стремеж на отделни издатели (автори да наложат съответното име) заглавие на книжния пазар.

Групата на отзивите може да бъде разпределена така:

а) отзиви за предишни издания на съответната книга – най-разпространена и в книготърговски, и в промоционален план най-близка до западните образци практика;

б) за предишно заглавие на съответен автор – категория, при която роля играе стремежът постигнат вече успех да се пренесе върху следващо произведение;

в) представа за цялостно творчество (на един писател) или за обща оценка за книжовна дейност (на едно издателство, поредица и т. н.).

Отзивите изпълняват функцията на основно имиджово средство и в разглеждания период запълват празнините от и към други промоционални и рекламни прояви. Публикувани след края на съответната книга подборките отзиви съчетават промоционалния и информационния елемент. На историка на книжнината те дават необходимата първоначално въвеждане в общите насоки на съответната рецепция.

Отзивите документираща отношението към нашумели, “хитови” заглавия. Типични такива примери са книгите на Ст. Чилингиоров. Какво е дал българинът на другите народи? и на Г. Ст. Георгиев. Един от първа дивизия, две заглавия емблематични за оригиналната българска книжнина към края на 30-те години. Подборката за първата (“Отзиви за книгата по повод на първото издание”) съдържа 16 откъса от рецензии и оценки, а за втората (“критика за “Един от първа дивизия...””) – “извадки от 65 рецензии”. (13)

Цялостен поглед – “Българи и чужденци за поезията на Кирил Христов” дават 77 откъса, някои от които анонимни. (14) Христо Цанков-Дерижан насочва вниманието към сборника разкази “Дяволската броевица” под неутралния наслов “Няколко отзива за ...”, където са включени текстове от популярни литератори и журналисти от вестниците “Заря”, “Мир”, “Литературен глас”, “Литературен час” и др. (15)

“Мозайка от знаменити съвременни романи” въвежда практиката да публикува “Отзиви за “Мозайка” с обемни извадки за отделна книга и/или за цялостната дейност на “библиотеката”. Например подборката от април 1939 год., съдържа откъс от отзив за книгата “Майка” от П. Бък от в. “Слово” и текст по повод 30-годишнината на библиотеката от “Литературна седмеца” в общ обем 4 печатни страници. Прави впечатление и изключителната експедитивност – ползваните отзиви са от същия месец април. (16)

Библиографските списъци, анотациите и отзивите са включени в книжното тяло самостоятелно (започнат на нова нечетна страница). В едни случаи те продължават общата пагинация (при изданията на “Вестник на жената”, библиотека “Златни зърна”), в други нямат пагинация (“Мозайка”, библиотека “Световни автори”). Не е рядкост въвеждането на самостоятелна пагинация (с римски или арабски цифри / “Мозайка”, “Библиотека за всички”). Като правило библиографските списъци са придружени с информация за начина, по който книгите могат да бъдат набавени. Поясненията варират от най-лаконични (при “Вестник на жената” – адрес и данни за пощенската чекова сметка) до много подробни, съчетаващи обща характеристика на поредицата, акцент върху кредото на нейните издатели и съответните сведения за направа на поръчка (“Мозайка”).

Проспектите също образуват разнообразна група. Интересуващите ни тука са за записване на абонати за книга/поредица. Тяхното съдържание е подчинено на изискването за значителни подробности и висока информативна стойност. Представя се изданието, основни моменти от неговото съдържание, стойността му за читателя, както и се посочват конкретно опциите, които издателят предоставя при предварително предплащане. Оформлението е сравнително пестеливо, работи се с шрифтове, черти, щрих. Значително място в проспектите заемат празни графи за попълване абонати, място за адресиране и т.н.

Проспектите се прилагат към списания или се разпространяват свободно. Изработваните върху един лист без прегъвки могат и да се залепят в книжното тяло на списанието. Ще посоча два примера, между които лежи около десетгодишен период. Първият е

покана за записване абонати на книгата “Техника на масажа”, издавана от дружество “Посредник”, лист с размери 14,5 x 20,5 (височина) см, залепен в отделни броеве на сп. “Здрав живот” и прилаган към вегетарианска, по проблемите на здравословния живот и т. н. литература. (17) Вторият е в четири страници, 14 x 12 (височина) см за избраните съчинения на Г. Райчев, издание на Хемус. (18) Първата страница съдържа само графичен портрет на Райчев, а четвъртата съответните празни адресни графи. На втора страница са поместени мнения на литературните критици Вл. Василев и М. Николов, а на трета – анотация за изданието, сведения за субскрипцията, както и съвсем кратък встъпителен текст, съдържащ сбита оценка за Райчев.

Вторият проспект илюстрира практика, набираща все по-значителна инерция в началото на 40-те години. По същото време С. Атанасов, издателят на “Златни зърна”, въвежда пробно еднолистни проспекти в малък формат – практика, позната още от 20-те години от издания на германската издателска къща “Реклам”. (19)

Разглежданите тук примери са само един щрих от рекламнo-информационните подходи на българското книгоиздаване в 20-те – 40-те години на 20 в. Дейност като цяло незаслужено подминавана и слабо популярна. Проучваните книготърговски и информационни техники и ориентираната към читателя комуникация носят всички черти на книжовната ситуация за своето време. В много случаи упражняването им е белязано с немарливост, дори примитивизъм. В други случаи, обаче, нивото по нищо не се отличава от утвърдената в западна Европа практика. Тъкмо тези случаи започват да придават облика на книгоиздателската дейност в края на разглежданите години. За тях приляга самооценката (и съответно: послание към читателя) на библиотека “Златни зърна” във втората ѝ годишнина: “Проникнати от съзнанието да задоволяваме духовните нужди на нашите читатели...” (20)

ЛИТЕРАТУРА

1. Гергова, А. Книжнината и българите. С., 1989, с. 20 (източници на сведения за историята на книжовния живот).

2. За основните насоки в книгоиздателската политика на някои от разглежданите тук издателства вж. Атанасов, Сл. Под сянката на словото живях. С., 1996; За издателство “Мозайка от знаменити съвременни романи”. С., 2000 ср. с някои щрихи у Гергова, А. Цит. съч., напр. С., 219.

3. Каравелов, Л. Маминото детенце. “Библиотека за всички” № 52. С., 1937, с. I–IV.

4. Библиографски списъци с книготърговска цел отпечатват на гърба на задната корица не само солидни издатели като Т. Ф. Чипев, Хемус АД., Хр. Г. Данов, Ж. Маринов и др., Просвещение с неговата “Универсална библиотека”, но и мимолетни серии от типа на библиотека “Съвременни въпроси” (1940 г.); макар и не последователно тази корица се превръща в традиционно място за библиографска информация.

5. Морган, Ч. Портрет в огледало. “Мозайка...” г. XXVIII, кн. 6. С., 1937, доп. пагинация, 1–3.

6. Томалевски, Г. Безсмъртната. (издание на “Вестник на жената”), С., 1939, 125–127.

7. Христов, Ст. Една българка. Библ. “Световни автори”, г. 5, кн. 6. С., 1943, непагиниран текст (231–232.) Бура в сърцата. Роман от М. Бегович (от Б. Табаков).

8. Става дума за познатия в германската книгоиздателска и книготърговска практика “Klappentext” – вж. Rehm, M. Lexikon Buch, Bibliothek, Neue Medien. Muenchen, 1991, p. 161.

9. Баум, В. Марион живее. Библиотека “Златни зърна”, г. IX, 1944/45, № 1.

10. Томалевски, Г. Цит. съч., с. 126.

11. Мориак, Фр. Женитрикс. Библиотека “Златни зърна”, г. II, 1938, кн. 7, задна корица, вътрешна страна.

12. Дюамел, Ж. Полунощна изповед. “Мозайка”, г. XXX, кн. VIII, април 1939, задната корица – гръб.

13. Чилингиров, Ст. Какво е дал българинът на другите народи? 2. изд., С., 1939, 135–140; Георгиев, Г. Ст. Един от първа дивизия. 3. изд. С., 1939, 359–374.

14. Христов, К. Антология. С., 1944, с. I–XXXI.

15. Цанков – Дерижан, Хр. Път през планината. С., 1936, с. 93–95.

16. Дюамел, Ж. Цит. съч. Приложение без пагинация.

17. Здрав живот, г. I, март 1932, №12, след с. 192 и преди втората корица.

18. Самостоятелен проспект, поставен в броеве 8,9,10, г. XXIV, 1943 г. на сп. “Златорог”.

19. Листчета размер 84 x 140 мм (височина) с текст напечатан от двете страни. Сведения от лични архиви, София.

20. Цит. по Мориак, Фр. Цит. съч., втора корица, вътрешна страна.