



ЧЕТЕНЕ И КНИЖЕН ПАЗАР Социално-психологически аспекти на едно изследване

доц. д-р Стефан Коларов

Проблемите на издателската политика, книготърговската дейност, четенето и много други вече все по-често са обект на внимание и изследвания. Понякога изводите от тях са тъжни и невесели. Но има и доста силен оптимизъм, когато човек се загледа в изложенията на щандовете новоизлезли книги. Независимо какви са първите впечатления, уверено може да се каже, че нашите издатели все по-уверено намират търсената и желана книга, будят сериозни надежди автори и заглавия, които се появяват у нас заедно с премиерите им в чуждите страни. Определено се забелязва „избистряне“ на пазарния хаос, макар и негови белези да съществуват, да объркват несвикналия с такова изобилие от заглавия българин.

Прибързано е да се направи равностметка за издателската 2003 г. макар че има ярки белези за нови търсения, за все по-умели и находчиви издателски решения. Не са малко и хроническите слабости от изминалите десетина години. И все пак какво чете нашият съвременник, когато неговите материални възможности не са големи, а цените на отделни книги направо шокират? Има ли признаци за събуждане на традиционния интерес към ценната и стойностна книга или развлекателното четиво продължава да характеризира вкуса на онези, които търсят книгите? Кои са авторите, заглавията, издателствата намерили добър прием? Родната литература все още ли е пренебрегвана пред чуждестранната лъскава книга, която мами с шарения си вид на бонбонiera минувача край уличната сергия?

Студенти от специалността „Книгоиздаване“ на ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“ и от специалността „Книгоразпространение“ в Колежа по библиотекознание и информационни технологии потърсиха чрез анкети отговорите на тези въпроси. В книжарници, на панаири в Националния дворец на културата или на столичния площад „Славейков“ те разговаряха с купувачи, с издатели, с книготърговци. Някои от мнени-

ята, макар и разнопосочни, заслужават внимание. Например на въпроса „Кои книги са най-търсени (с каква тематика)?“ отговорът е: „Детско-юношеска литература и любовни романи.“ Не изненадва и това, че предпочитани издателства са „Егмонт България“, „Хермес“, „Бард“, „Ирис“ и др. Към тях се добавят „Фют“ и „Пан“. Името на един герой е безспорен фаворит сред младите читатели – Хари Потър. „Хари Потър и стаята на тайните“ и „Хари Потър и Ордена на феникса“ са с изчерпан тираж „за броени дни“, както пояснява една продавачка. Ето още един отговор за последната книга от поредицата: „Цената на книгата не е от най-ниските, но въпреки това се изкупува, заради „харипотърроманията“, обхванала по-младото поколение.“

Защо героят на Джоан Роулинг стана любимец и у нас, и в други страни? Заслужава си да се изследва този нелек феномен за разтъкуване? Може би всяко

РАЗПРОСТРАНЯВА СЕ БЕЗПЛАТНО В ЦЯЛАТА СТРАНА

КНИЖАРНИЦА

МЕСЕЧНИК ЗА КНИГОИЗДАВАНЕ И КНИГОРАЗПРОСТРАНЕНИЕ

декември 2003, брой 0

Нови книги
Статистика
Издателства

www.knijarnica.com

ново поколение има нужда от образ, който да въплъщава водещите черти на личността, на нейното поведение, да отговаря на потребностите на времето. Доколко този юноша е близък на нашето национално светоусещане или националното вече има други измерения? Всесилната мода може би отново слага отпечатък върху литературен персонаж и почитателите в действителността? Така е било и в други времена, и в други страни. Приемането на Хари Потър в масовото юношеско съзнание подсказва вечната човешка нужда от литературни герои, чрез които индивидът се възпитава, намира нещо свое съкровено и вдъхновяващо. Екранното превъплъщение на малкия вълшебник, странните и необичайни приключения – всичко това допринесе за неговия успешен прием навред. Сходно е мнението и за трилогията „Властелинът на пръстените“ на Толкин.

Възрастните читатели също имат един предпочитан автор сред многобройните чуждестранни писатели – Паулу Коелю. Неговата „Единайсет минути“ непрестанно се споменава от анкетираните книготърговци като много търсена творба. Наред с традиционно желаните „криминалета“ на Стивън King, Реймънд Чандлър, Джон Гришам и др. романите на латиноамериканския автор явно допаднаха на нашите читатели. И още нещо. При него добрият вкус не изневери на онези, които търсят своеобразното и физиономичното в творческия стил, в оригиналното белетристично виждане. Според класацията за най-продаваните книги в магазините „Фантастико“ за 2003 г. от 20-те заглавия, „Единайсет минути“ е на първо място. Поне засега „Наръчник за страхотен секс“ на Ан Купър (издателство „Буктрейдинг“) не е влязла в класацията и не се споменава в анкетите, за разлика от „Сексът и градът“ на М. Бушнел и „Професия протитутка“ от Ксавиера Холандер.

В класацията на магазините „Фантастико“ има и няколко български книги: „Откриване на ловния сезон“ от Хр. Калчев, „Най-богатите българи“ от Гр. Лилов, „Кръстникът и силните“ от Св. Тадарькова, „Лъжата. Жан, Иван и другите“ от Т. Тошев, „Изповедта на един заговорник“ от П. Япов. Това, което обединява тези книги, до определена степен е тематиката – подчертано актуална, и още нещо – документалността. Определено може да се каже, че читателите сякаш търсят не толкова художествената сила и въздействие, а прякото, непосредствено изобра-

вяване на събитията „от движение“ като се разчита на директната връзка с реалността. Промените у нас, мафията и нейните зловещи пипала в родната действителност допълват предлаганите интриги и сложни приключенски ходове на чуждестранните заглавия.

От сергиите се купуват и произведения, свързани с две телевизионни звезди – „Любимите въпроси на Ники Кънчев“ и готварската книга „Бон Апети“ на Иван Звездев. Към тях може спокойно да се добави и „Слави Трифонов за стърчането“ на Любен Диловсин. Една „тройка“, чиято слава е безспорно преходна, но за сега измества големите литературни имена. Разбира се, трябва да бъдем внимателни в изводите, защото в столичната книжарница „Нисим“ на бул. „Васил Левски“ се купува всичко от Йордан Радичков.

В тази поредица от имена на автори и заглавия се вметват още десетки издания: „От триумф към трагедия“ от Симеон Радев (изд. „Стрелец“), „Трагичното послание на древните“ от Ернст Мулдашев (изд. „Медия“), „Майсторът и Маргарита“ от Михаил Булгаков (изд. „Фама“), „Камасутра“ от Линда Зонтаг (изд. „Буктрейдинг“) и т. н. Тук могат да се добавят книги от българската и световната класика, здравна литература, езотерика, учебници, речници, енциклопедии... В Дом на книгата в безистена на пл. „Славейков“ на въпроса на двамата студенти-анкетъори „Коя е най-търсената литература в днешно време?“ отговорът е ясен и категоричен: „Няма най-търсена литература. Всичко се търси.“ И още един интересен отговор от тази книжарница: „Студентите търсят старата класика, а по-възрастните читатели търсят по-сентиментални книги като „Отнесени от вихъра“.

Тези обобщени наблюдения може да се приемат за ключови в съвременното българско книгоразпространение, както и за нагласите на читателите. Книгата продължава да е трайна ценност в нашия живот, независимо от бурното развитие на електронните медии, на Интернет и другите възможности за общуване със света и знанието. Зад изобилието на заглавия стои и несъмнената конкуренция сред издателите. Вече няма лесен успех, а се изискват професионализъм, задълбочено познаване на нагласите на потребителя, умение да се предлагат автори и произведения така, че да се предизвика интерес, да се запълнят празноти в различни области на действителността. Все още има инерция, понякога съляпо подражание, но безспорно прави впечатление това, че доста от добрите издатели не следват съляпо

модата, а разчитат на верен ориентир в днешните условия на икономическо развитие, на обществени нагласи и настроения.

Показателен е отговорът на въпроса: „Купували българинът книги?“, даден от столичен книжар: „Въпреки цените на новите книги, потокът от купувачи не е рязко намалял. Има известен спад в последната година, но общо взето бизнесът не е западнал.“ Значи цената не е единственият фактор за продажбата, колкото и да влияе на купувача. Повечето хора разбират, че да се купи стойностна книга не е прахосване на средства или нещо, без което може. За да се развива съвременният човек, нужни са солидни знания и подготовка, налага се да се чете, и то да се чете задълбочено.

Внимание заслужава и класацията, която прави цитираният вече книготърговец: „Общото мнение е, че определена група клиенти непрекъснато следят новите заглавия и ги купуват. По-рядко се купуват преиздадени книги, защото те могат да се намерят и втора ръка. Иначе най-търсени са новите детски книги с хубави илюстрации, сред това са хитовите и рекламирани книги, въпреки цените им, и на последно място са техническите справочници и книги, търсени предимно от млади хора. Постоянно търсени са и издания, свързани с компютърната работа. От книгите втора ръка най-предпочитани са криминалните романи и фантастиката. По-рядко се търсят старите класически книги, а редовно се купуват всякакви речници за различни езици.“

Нека анализираме на пръв поглед общите изводи, които обаче „вътрешно“ са подплатени с верен нюх и психологически усет и издават онзи професионализъм, който не е така често явление, макар и да се формира при новите условия у немалко продавачи. Той се ориентира сред клиентите и разчита на онази „група“, която следи книгоиздателската продукция и трайно купува. Другото важно наблюдение – преиздадени книги, могат да се намерят от предишни издания по-евтино. Има нужда от книги за деца и юноши, но добре оформени и това, което е естетически важно – илюстрациите наистина да са на високо ниво. Нашумелите заглавия също открояват важна част от продукцията на книжния пазар. Тук трябва да се внимава – има истински „хитови“ заглавия, на писатели или личности от обществено-политическия, културния живот, от света на изкуството,



но има и мними, лъжливи хитове. Те не донесят нито нужния успех на автора, нито печалба на издателя. Сега информацията е по-добра, но преди десетина години, поради непознаване на чуждестранната издателска практика, у нас излязоха произведения с твърде съмнителна стойност, а бяха преведени книгите и на доста автора, които се смяташе, че ще се срещнат добре, но надеждите бяха измамани. Друго, което е важно – рекламирането на книгата. То тръгва от самото издателство, минава през медиите или други форми – дипляни, представяния и срещи с авторите, екранизиране или рекламен трик – скандална история, съзнателно подготвена предварително, за да изпъкне авторът или „инсцениран“ скандал с тема, идеи, образи... У нас това все още не се владее така умело, както е в САЩ или в големите западни страни.

Така наречените „технически справочници“ включват учебно-помощна литература, която също има постоянна аудитория. Студенти и ученици се

интересуват от евтини заглавия, нужни за тяхната подготовка и учебни занятия. Новите технологии, работата с компютър определи търсенето на издания, свързани с тази област. Евтини криминалета и фантастика могат да се закупят от немало читатели, дори такива, които имат сериозни интереси и вкус, но предпочитат „по-леко“ четива за отмора или по време на пътуване. През втората половина на ХХ век на български излизат в огромни тиражи класически произведения, които поради евтината си цена станаха притежание на хиляди семейства и все още се пазят в домашните библиотеки. Речниците за чуждоезиково обучение са потребни заради новата ситуация, в която се намират хиляди хора, много от които разчитат да намерят работя в чужбина и са им нужни дори елементарни езикови познания.

Изводите се налагат от само себе си. Макар и труден, диалогът на издателите с купувачите може да се осъществи плодотворно, само ако е далновиден, изграден на верен практичен усет и с умели тактики. В няколко от анкетите има една констатация, която също заслужава внимание: „Мъжете много рядко купуват книги“. За да се докаже това наблюдение са нужни повече доказателства, но вероятно то не е без известни основания. Всъщност то се гради и на практиката в много семейства – майките са тези, които купуват книгите на децата въщи. Това донякъде обяснява различието. При по-добра организация и находчивост обаче то би могло до известна степен да се избегне.

Направена е важна крачка напред, за да запази книгата своето достойно място в човешкото всекидневие. Предстои обаче дълъг и труден път към истинското и пълноценно общуване на читатели с любими автори и произведения. Остава надеждата, че това все пак ще се осъществи, независимо от изпитанията на времето. Защото жаждата да се чете не може да изчезне. И тук се налага с цялата си сериозност въпросът за четенето. Кой и как чете? Насъщна потребност ли е прочитът на желана книга или задължение поради образованието и професионалното развитие? Един от големите проблеми е общуването с книгата, а не механичното възприемане на текста или любопитството доколко даден сюжет и герои са интересни поради модно увлечение или нашумял скандал. На всеки от тези проблеми трябва

да се даде тълкувание обстойно и с нужния анализ. Затова бих се спрял само на част от възможните обяснения.

Един от въпросите в разглежданото проучване е „Четете ли български книги?“ Ще цитирам отговорите на двама анкетирани от гр. Панагюрище. Работничка на преса, 23-годишна, споделя: „Да, защото са достатъчно интригуващи и смислени. По нищо не отстъпват на чуждите автори.“ Мнението откроява нещо, което не се среща често в редица други отговори – много наши съвременници са склонни да приемат чуждестранната литература за по-качествена. Прословутата ни нагласа да възприемаме чуждото винаги за превъзхождащо нашето остава и досега непреодолима, макар че защитата на българското като еталон на силна и здрава мярка печели немало привърженици и нихилизмът започва да отстъпва.

Електрошлосер на 47 г. допълва впечатленията от четенето с нови щрихи: „Обичам Вазов, Йовков – това е класика, но нови автори не. В гр. Панагюрище няма Дом на книгата.“ И още казано от него: „Препрочитам старите добри книги, нови не купувам, нацията ни духовно пропада, взаимоотношенията между хората са на ниско ниво.“ Ето големи, парливи теми за обстоен размисъл. Тепърва трябва да се проучва задълбочено опозицията *класици* – нови *автори*. За този човек с житейски опит новото по-трудно си пробива път и се налага. Вярно е, че не са малко „авторите“, които през тези петнайсетина години извадиха нискокачествени ръкописи и успеха набързо да ги предложат на книжния пазар. Литературната критика и нейната важна мисия отсъстват и безкритичността оказва и оказва пагубна роля дори за даровити пера.

Друг важен момент в отговора на този читател с утвърдени навици е свързан с препрочитането. „Старите добри книги“ служат като солидна естетическа мярка за възприемането на съвременни заглавия, за оценката на новите тенденции и търсения. Самият акт на препрочитането е нещо изключително важно. Според Гастон Башлар препрочитането всъщност е истинското четене. Ще може ли читателят през ХХI век да си го позволи на фона на динамичното развитие на електронните медии, завладян от магията на малкия екран, на телевизионното нашествие. Бих добавил и другата оценка – за духовността и човеш-

ките взаимоотношения. Ето нещо, което насочва към същностни аспекти на бъдещи проучвания. Как книгата и четенето влияят и на отделния индивид, и на неговото социално поведение. Примерите на грубост, насилия и жестокост от действителността ни са толкова много, че отдавна стряскат и най-издръжливите и притръпнали към бруталността хора. Значи едно от упованията е духовната сила на словото. Явно е, че четенето добива нови измерения, възвръща старата си роля на морален възпитател. Една книга може да укрепи вярата, да послужи като нравствен коректив, емоционално да обогати личността и да я накара да реализира своите способности.

В цялата тази богата разнопосочна и пъстра смесица от мнения се откроява нещо, което е своеобразно обобщение – хуманитарната сила на книгата, която обединява общото призвание на издатели, книготърговци и читатели.

Ще остане ли духовният глад?

Елена Изнатовска

Студентка в Колежа по библиотекознание и информационни технологии

В началото на книготърговията през XII век, за да закупи една ръкописна книга, човек е бил готов да продаде две телета или няколко къщи с лозя. Днес, през 21 век човек предпочита да си купи бутилка вино и две пържоли пред възможността с една хубава и стойностна книга да задоволи духовния си глад.

През последните години в книготърговията настъпиха множество промени, някои от които за добро, а други не чак толкова. Обликът на книжарниците от място, където се продават книги, се е променил. Сега комерсиалното е изместило интелектуалното, т.е. в повечето случаи можеш да откриеш канцеларски материали, вместо търсените от теб книги. Дори в някоя книжарница да има такива, те често са малко и недостъпни за клиента, защото са изложени зад някой щанд и продавачите не са достатъчно вежливи, за да подадат дадено издание. Това допълнително затруднява потребителското търсене и ако човек няма предварителна представа за нужния продукт, много трудно може да се ориентира. Естествено не липсват и такива книжарници, в

които достъпът до книги е неограничен и човек лесно може да се потопи в техния свят, но те са много малко.

Друг аспект е изместването на читателския интерес от сериозна художествена литература към развлекателна и „лека“. От една страна, това се дължи на по-голямата реклама на този вид произведения, а от друга – на нуждата на хората да се откъснат от отруденото и забързано ежедневие.

В компютърния свят, където масовите комуникации вече не са лукс, а необходимост и естествена част от ежедневието на хората, книгите губят информационните си позиции в очите на младите хора. Това предполага, че предлаганите и търсени книги на книжния пазар са с преобладаващ учебен и справочен характер.

Друго нещо са т. нар. On-line книжарници в Интернет. В тях достъпът до информация за дадена книга не е ограничен. Клиентът може да разгледа подробно сайта за книги и да открие информация както за автора и произведението, така и за издателството и пазарната цена. Небезпокояван и в домашни условия, потребителят може да закупи желаната от него книга и тя да бъде доставена до часове.

Размисли на един безпаричен студент пред книжните сергии на площад „Славейков“ в столицата (Репортаж)

Явор Занков Мартинов

*Студент от специалност „Книгоиздаване“
Във ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“*

От доста време насам софиянци свързват площад „Славейков“ с може би най-големия книжен пазар в страната, който се разполага там. Самото име на автора на „Изворът на Белоногата“ е емблематично за българската литература и като че ли е орисано и години след смъртта на този български литературен патриарх да продължава да се отъждествява с родната българска книжовност, макар и по този нетрадиционен начин.

Дори ситният сняг, примесен с капки дъжд, не спира потока от хора, заобиколили сергиите на па-

зара в студения съботен ден. Изглежда все пак в дните на духовна и икономическа нищета, която преживява страната, книгата все още има притегателна сила за българина и книжовната култура в страната оцелява, макар и на ръба.

Кратката анкета, която проведех сред клиентите на книжните сергии, подредени по средата на площада, откри някои симптоматични показатели за състоянието на книгопроизводството и разпространението на книги в страната.

На въпроса ми за целите, които карат клиентите на книжния пазар да посещават сергиите там, се оказа, че 70% от анкетираните идват с твърдо намерение да потърсят и купят желаната от тях книга. Това показва една склонност в българския читател предварително да подбира информация за необходимата му литература и едва тогава да пристъпва към покупката на съответното четиво. Естествено че липсват и читатели, които обикалят и разглеждат изданията, склонни на спонтанна покупка, но те са наполовина по-малко, едва 30% от анкетираните.

Интересни резултати се получиха и от изследването на интереса на читателите, посещаващи площад „Славейков“ към различните литературни жанрове. Оказва се, че към настоящия момент научната литература, като се включат учебниците, е най-търсеното четиво – 35,7% от запитаните купуват или търсят предимно такава литература. Популярни са също и булевардните любовни романи, които се нареждат на второ място – 21,4% от посетителите на пазара се ориентират към тяхната покупка. Останалите литературни жанрове имат изравнено търсене (14,3%). Това състояние не е случайно, на практика студентите и учениците са едни от основните купувачи на книги и учебници, но този интерес в случая е генериран по-скоро от необходимост, а не от конкретен интерес. Завишеното предпочитание към булевардните любовни романи показва изместване на вкусовете на българския читател към по-евтина и лека за психологическо смилане литература. Като се има предвид, че подобна литература се купува предимно от жени, то индиректно можем да заключим, че явно любовният роман се оказва един своеобразен източник на емоционално разтоварване и развлечение за българката.

За съжаление 80% от анкетираните споделят, че купуват много рядко книги, най-често поради необходимост или конкретен интерес. Тази тенденция е притеснителна, защото на практика отчита отлив в

любовта на българина към литературните произведения и към книгата въобще. Това е опасен симптом, който измерва занижаване на културните пориви в една страна и е показателен за влошеното състояние на книжовното изкуство като цяло.

До голяма степен рядката покупка на книги е зависима и от покупателната способност на съвременника, защото почти утвърдително (90%) повечето анкетиранни граждани твърдо посочват, че ако разполагаха с по-високи доходи, щяха да купуват по-често и с удоволствие книги. Явно плачевното икономическо положение у нас оказва много силен натиск върху книжовната култура, както впрочем и върху цялостното културно развитие на българите. Малък проблясък в случая може да бъде положителният интерес, който все пак декларират читателите, но за съжаление той остава в сферата на добрите пожелания.

Упадъкът в българската книжовна култура най-явно си пролича обаче от мнението на повече от половината анкетиранни (60%), които споделят, че за съжаление рядко срещат нови и интересни български заглавия. Останалите читатели (40%) пък въобще не обръщат внимание на този факт, което, ако не друго, поне говори за липсата на конкретен интерес към нашите литературни и книжовни произведения.

В действителност, достатъчно е да погледнем книгите, подредени по сергиите, за да установим бързо, че ако оставим настрана учебната и научна литература, превесът на западните заглавия и автори е тотален. Посетителят на книжния пазар на площад „Славейков“ буквално е злял от купища творби на чужди автори, но ако попиташ за Ботев или Каравелов, продавачите по сергиите любезно те пращат при антиквариатите.

Тази ситуация е интересен повод за размисъл и оценка на състоянието на българската книжовна култура, която явно не дава онези тъй необходими на читателите плодове на литературното изкуство.

В крайна сметка, свидетели сме на изместването на българската литература от фокуса на днешния читател, което може да доведе до недопустима загуба на българска идентичност и е своеобразен жълт картон за родните творци и издатели, които явно не успяват да уловят интереса и желанието на читателите, а това е тяхна основна задача, защото известно е, че произведението на писателя трябва да бъде глас на съвестта в обществото.