



# ИЗДАТЕЛ

година V

2003 / брой 3



## в броя:

- КНИГАТА - БЪДЕЩЕ ВРЕМЕ В МИНАЛОТО
- „БИБЛИОТЕКИ-ЧЕТЕНЕ-КОМУНИКАЦИИ“ ЗА ВТОРИ ПЪТ В СТАРАТА СТОЛИЦА *Стела Асенова*
- „КНИГАТА ОСМИСЛИ МОЯ ЖИТЕЙСКИ ПЪТ И ОПРЕДЕЛИ НЕГОВАТА ДУХОВНА ВИСОТА“  
Доц. д-р Стефан Коларов на 60 години *Доц. г-р Мария Младенова*
- РЕЦЕНЗИОННИЯТ ЕКЗЕМПЛЯР - ЯДРО НА ИЗДАТЕЛСКАТА КОМУНИКАЦИЯ *Гл. ас. г-р Евгения Русинова*
- ПРЕСРЕКЛАМАТА В СЪВРЕМЕННИЯ ИНФОРМАЦИОНЕН ВСЕКИДНЕВНИК *Доц. г-р Лъчезар Георгиев*
  - ОЩЕ НЕЩО ЗА КНИГОИЗДАТЕЛЯ ГЕО МИЛЕВ *Доц. г-р Алберт Бенбасат*
  - ИЗДАНИЕ ОТ ЕВРОПЕЙСКА ВЕЛИЧИНА *Доц. г-р Петър Парижков*
- ЗА АКАДЕМИК ИВАН РАДЕВ - ЧОВЕКА И ЛИТЕРАТУРНИЯ ИСТОРИК *Доц. г-р Елена Налбантова*
- ПЕЧАТЬ В СЛИВЕН ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО 1944 г. *Таня Станева*
- ПЕЧАТНИ ИЗДАНИЯ ОТ БОГАТА КУЛТУРНА СЪКРОВИЩНИЦА *Ваня Спасова*
  - ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ: РАЛИЦА ПЕТРОВА
- ЧЕТЕНЕ И КНИЖЕН ПАЗАР Социално-психологически аспекти на едно изследване *Доц. г-р Стефан Коларов*
  - ЩЕ ОСТАНЕ ЛИ ДУХОВНИЯТ ГЛАД? *Елена Игнатова*
- РАЗМИСЛИ НА ЕДИН БЕЗПАРИЧЕН СТУДЕНТ ПРЕД КНИЖНИТЕ СЕРГИИ НА ПЛОЩАД „СЛАВЕЙКОВ“ В СТОЛИЦАТА *Явор Мартинов*
- КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ *Стела Асенова, Цветана Стайкова*



# ИЗДАТЕЛ

ISSN 1310 4624

НА ЛИЦЕВАТА СТРАНА НА КОРИЦАТА:  
ПОГЛЕД КЪМ РЕКТОРАТА НА ВЕЛИКОТЪРНОВСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ  
"СВ.СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ".

ТАЗИ ГОДИНА РЕНОМИРАНОТО ВИСШЕ УЧЕБНО ЗАВЕДЕНИЕ  
ОТБЕЛЯЗА СВОЯ 40-ГОДИШЕН ЮБИЛЕЙ.





2003  
№ 3  
НАУЧНО СПИСАНИЕ  
ЗА КНИГАТА  
ГОДИНА V

# ИЗДАТЕЛ

ISSN 1310 – 4624

## КНИГАТА – БЪДЕЩЕ ВРЕМЕ В МИНАЛОТО

Под наслов „Книгата: бъдеще време в миналото?!” в Дения на народните будители – 1 ноември 2003 г., в Националния дворец на културата в столицата се проведе научна конференция с участието на учени и изследователи в областта на книгоиздателските технологии, писатели, издатели, полиграфисти, компютърни специалисти, социолози, представители на институции, свързани с книгата, докторанти и др.

Научният форум бе организиран от Колежа по библиотекознание и информационни технологии (КБИТ), издателство „Захарий Стоянов“, Националния дворец на културата (НДК) и Националния център за книгата (НЦК) при Министерство на културата.

Целта на конференцията бе да представи и да дискутира актуалните проблеми и тенденции в развитието на „Гутенберговата галактика“ в условията на информационното общество, метаморфозите и хипотезите за бъдещето на книгата в глобализация се съвременен свят. В този контекст се разшифрова и насловът на научния форум. Бъдеще време в миналото (лат. *Futurum praeteriti*) е със сложна, двойна ориентация на действието. Така се тълкува и замисълът на конференцията – въз основа на досегашното много-вековно битие на книгата да отговорим на въпроса

### Научна конференция и дискусия за днешния и утрешния ден на писмената комуникация

дали тя е само вчерашният ден на комуникацията, има ли перспективи в утрешния ден и какви са те.

Първото пленарно заседание откри и води председателят на организационния комитет за конференцията доц. д-р Стоян Денчев – ректор на КБИТ. Игор Чипев – директор на НЦК при МК, прочете приветствие от името на министъра на културата проф. дин Божидар Абрашев. Встъпителен доклад на тема „*Надмогна ли времето завети и съвременни ответи*“ изнесе проф. д-р Ани Гергова от Софийския университет „Св. Кл. Охридски“.

Работата продължи по секции.

В I секция „*От Интернет към Гутенберг: Умберто Еко срещу Марцал Маклуън*“ бяха изслушани 20 доклада и научни съобщения. Във II секция „*Библиотеки, библиография, четене*“ бяха изнесени 15 доклада и научни съобщения.

Във втората част на научния форум – „*Глобализация и национална идентичност*“, се проведе дискусия на тема „*Кирилица или латиница във виртуалното и в реалното пространство*“, ръководена от Иван Гранитски – директор на издателство „Захарий Стоянов“, и от доц. д-р Петър Парижков – КБИТ. Участваха акад.

Антон Дончев, Любомир Левчев, Стоян Райчевски, доц. д-р Тодор Тодоров, доц. д-р Лъчезар Георгиев, Петко Тотев, инж. Петър Червендинев, доц. д-р Стефан Коларов, Илия Пехливанов, Димитър Мехомийски.

Във второто пленарно заседание, което ръководи доц. д-р Стоян Денчев, участниците приеха резолюция, прочетена от акад. Антон Дончев (на с. 2).

В един от следващите броеве ще публикуваме материали от конференцията.

**РЕЗОЛЮЦИЯ на научната конференция  
"Книгата: бъдеще време в миналото?!",  
прочетена от акад. Антон Дончев**

**Национален дворец на културата,  
1 ноември 2003 г.**

Участниците в научния форум „Книгата: бъдеще време в миналото?!” организиран от Колежа по библиотекознание и информационни технологии, издателство „Захарий Стоянов“, Националния дворец на културата и Националния център за книгата при Министерството на културата, обсъдиха и дискутираха актуалните проблеми и тенденции в развитието на Гутенберговата галактика в условията на информационното общество, метаморфозите и хипотезите за бъдещето на книгата в глобализацияция се съвременен свят.

Провеждането на конференцията в Дения на народните будители – 1 ноември, потвърждава историческата приемственост на традициите в развитието на българската култура, нашата признателност към достойните чеда на отечеството и готовността ни да следваме примера на родолюбие, оставен от предтечите в полето на книжовността. Пленарното заседание, заседанията в двете секции – „От Интернет към Гутенберг: Умберто Еко срещу Маршал Маклуън“ и „Библиотеки, библиография, четене“, дискусията „Кирилицата или латиницата във виртуалното и в реалното пространство“ преминаха в дух на колегиална етика и на високо научно равнище.

Изнесените доклади и съобщения очертаха изследователската територия на съвременното българско книгознание, търсенията и творческите реализации на оригинални идеи в областта на книгоиздаването, полиграфията, книготърговията, библиотечното дело, библиографията, компютърните технологии и пр.

Констатиран беше фактът, че и в света, и у нас въпреки пророкуванията за залеза на Гутенберговата галактика книгата има бъдеще като един от най-важните канали на културната комуникация и незаменимо средство за образование и професионална подготовка. Участниците в научната конференция се обединиха около становището, че традиционните и модерните електронни носители на информация трябва да съживят в хармония и взаимно да се допълват.

В обстановката на свободен обмен на мнения и в дискусионна атмосфера бе обсъден проблемът за кирилицата и латиницата във виртуалното и в реалното пространство и единодушно бе защитена позицията, че глобализацията в политиката и икономиката е реалност в съвременния свят, но глобализацията в културата е нещо съвършено различно. Най-яркият и непреходен знак на българската самобитност е нашата азбука и хилядолетната българска книга. Признание за неоценимите приноси на България в славянската и в общочовешката културна съкровищница е обявяването на Светите братя Кирил и Методий за съпокровители на Европа от папа Иоан Павел II през 1980 г.

Заедно с това конференцията изрази тревогата си от „свиването“ на четенето у нас, особено сред младото поколение.

Трудно е битието на българската книга днес. В периода на прехода след 1989 г. тя беше буквально изхвърлена на улицата, а книжарниците – превърнати на кафенета и модни бутици. Като тежък воденичен камък върху българското книгоиздаване и книготърговия лежи АДС в размер на 20%. В редица европейски страни АДС върху книгата е диференциран, като в Германия той е 7%, в Испания – 6%, в Португалия – 5%, в Гърция – 4% и т.н., а в други той въобще не съществува, например във Великобритания, Норвегия, Швейцария.

Ние оценяваме по достойнство усилията на Националния център за книгата при Министерството на културата в изпълнение на Концепцията за реформа в областта на книгата, приета през 1991 г., и приветстваме постигнатите насырчителни резултати в книготърговството, но смятаме, че извършеното дотук е само началото на пътя, който българската книга трябва да извърви, за да достигне европейските стандарти.

Конференцията подкрепя инициативите на отделни български издателства, организации, бизнесмени и ценители на родното слово, които в трудните условия

на прехода разгръщат и обогатяват възрожденската традиция за даряване книги на читалища, училища, библиотеки.

След изнесените доклади и съобщения и проведената дискусия научната конференция, изразявайки увереност в по-доброто бъдеще на българската книга,

**РЕШИ:**

1. *Материалите от конференцията – научните доклади и съобщения и стенографският запис на дискусията, да бъдат публикувани в отделен сборник, за да станат гостояние на по-широк кръг специалисти и на държавните органи, които имат отношение към книгата.*
2. *Конференцията предлага на Министерството на културата да предприеме енергични стъпки за облекчаване по законодателен път на ДДС върху книгата с цел да се стимулира родното книгоиздаване и книгата да стане достъпна за всички.*
3. *Конференцията предлага на Министерството на културата да съдейства още по-активно на българските издатели за по-представително участие в международните панаира на книгата и за изигране авторитета на родната книга в чужбина.*
4. *Конференцията призовава Народното събрание на Република България да приеме във възможно най-близко време закон за библиотеките с оглед създаването на по-благоприятен климат за функционирането на тези традиционни културни средища у нас и модернизирането им според европейските стандарти.*
5. *Конференцията предлага на заинтересуваните институти – Националния център за книгата и Националния център за музеите към Министерството на културата, Народната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“, Народната библиотека „Иван Вазов“ в Пловдив и други книгохранилища, висши училища, полиграфически предприятия, исторически музеи, архиви и пр., да обсъдят и да предприемат конкретни инициативи за създаването на национален музей на българската книга по подобие на музеите от този ред в редица европейски страни.*
6. *Научни конференции по проблемите на книгата в съвременното информационно общество да се провеждат всяка година традиционно на 1 ноември – Деня на народните будители.*

1 ноември 2003 г.

София

ОТ КОНФЕРЕНЦИЯТА

## **“БИБЛИОТЕКИ – ЧЕТЕНЕ – КОМУНИКАЦИИ” ЗА ВТОРИ ПЪТ В СТАРАТА СТОЛИЦА**

Втората национална конференция „Библиотеки – четене – комуникации“ се проведе във Велико Търново на 20–21 ноември 2003 г. Значимият научен форум бе посветен на 60-годишнината от рождението на доц. д-р Стефан Коларов, ръководител на катедра „Библиотекознание, масови комуникации, чужди езици“ при Филологически факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, която бе и основен организатор на конференцията заедно с любезните домакини от Народна библиотека „Петко Р. Славейков“. В рамките на празника във фойето на библиотеката бе открита изложбата „100 години българо-американски дипломатически отношения“ на Американския културен център – София, с участието и на кмета на града д-р Румен Рашев.

Съпътстващ и автор на пленарния доклад бе доайенът на книгознанието в България проф. д-р Ани Гергова, чиято тема бе „За реабилитацията на личността в бъдещата библиотечна политика“. Първото заседание на конференцията се ръководи от доц. д-р Стефан Коларов, който отправи и вълнуващо приветствие към участниците, като им благодари за съпричастието към проблемите на книгата. Останалите заседания се провеждаха под ръководството на н.с. Живка Радева, доц. д-р Лъчезар Георгиев и г-жа Калина Иванова – зам.-директор на библиотеката. Сърдечни приветствия към юбиляра бяха поднесени от проф. Ани Гергова, от членове на катедрата, от ръководството на народната библиотека „Петко Р. Славейков“, на които доц. д-р Стефан Коларов отговори с вълнуващо и емоционално слово, разказвайки за нелекия си житейски път, за любовта към книгата и научните си занимания, като не пропусна да благодари за оказаното му внимание. Една непринудена весела част на финала на изморителния ден разведри участниците и гостите, сред които бяха и студенти на юбиляра.

Разгледаните проблеми на конференцията бяха по актуални и изключително важни проблеми – библиотечната организация и мениджмънт, работата с новите информационни технологии и Интернет, книгата и печатът като съвременни средства за комуникация. Представена бе книгата на Константинка Калайджиева „Материали за историята на Народната библиотека „Св. св. Кирил и Методий: 1944 – 1978“.

**Стела Асенова**



## ПОЗИЦИЯ



**“КНИГАТА ОСМИСЛИ МОЯ  
ЖИТЕЙСКИ ПЪТ  
И ОПРЕДЕЛИ НЕГОВАТА  
ДУХОВНА ВИСОТА”**

**Доц. д-р Стефан КОЛАРОВ  
на 60 години**

*Неотдавна литературният историк, критик и университетски преподавател доц. д-р Стефан Коларов навърши 60 години. Той е роден на 28 септември 1943 г. в гр. Лом. Завърши специалност Журналистика в СУ „Св. Климент Охридски“. Бил е аспирант на акад. Георги Цанев в Института за литература при БАН, защитава докторска дисертация за творчеството на Ангел Карадийчев, става ст.н.с. II степен. Работил е в редакциите на Вестниците „Народна младеж“, „Работническо дело“, „Литературен фронт“, сп. „Обзор“ и в Профиздат. От 1976 г. преподава във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, където е избран за доцент. Сега ръководи катедрата Библиотекознание, масови комуникации, чужди езици. Издал е над 20 книги, редактор и съставител е на литературни и публицистични сборници, автор е на учебници, статии и рецензии.*

**ПО ПОВОД ГОДИШНИНАТА НА СВОЯ КОЛЕГА ДОЦ. Д-Р МАРИЯ МЛАДЕНОВА  
ПРОВЕДЕ АНКЕТА С НЕГО, КОЯТО ПУБЛИКУВАМЕ:**

❖ **Спомняте ли си на колко години бяхте, когато се научихте да четете и кой Ви научи да четете?**

– Спомням си много добре, защото книгата беше истинско чудо в детските ми години. Започнах да чета между петата и шестата година благодарение на моята сестра, която е по-възрастна от мене с 13 години. Заради трагични обстоятелства в моето семейство – гибел на мой брат, насърчаването на тежкото заболяване на майка ми, аз ѝ бях „проверен“ и тя освен че ме учеше, трябваше да се грижи за мен. Оказва се, че нейните учебници най-добре ме забавляват и тя започна да ме учи да чета и пиша. Не стана трудно. Бяхме много бедни, нямаме „книжовна“ традиция в рода си. Баща ми забягва по време на Първата световна война от с. Зелениково, Скопско, и стига Дунава, така че остава почти необразован. Майка ми е едно от петте деца, които отрано остават без баща, и баба ми едва успява да ги праща на училище до четвърто отделение, според тогавашната образователна система. Затова всички имаха голямо уважение към книгата и ни насырчаваха да учим. Още повече че през 50-те години, когато в страната имаше голяма неграмотност, училищните врати се отваряха и за нас, децата, и за възрастните. Сега явлението „вечерна гимназия“ е изобщо непознато, но тогава мнозина учеха по този начин.

**❖ Спомняте ли си кои бяха първите книги, които прочетохте в детството си?**

– Няколко книжки с приказки. Бяха ми подарили „Снежанка”, драматизирана от Сия Челебиева. Впечатли ме една дебела книга, която сестра ми донесе вкъщи – „Тютюн” от Димитър Димов. Това е първото издание от 1951г. Така че за Ирина и Борис Морев знам от тези най-ранни детски години и към този автор изпитвам уважение, а героите му продължават да ме вълнуват. Четях и книгите, които нашумяха през онези времена след Девети септември – „Партийна тайна” и „Митко Палаузов” на Марко Марчевски, „Училище за смелите” на Емил Коралов – като автор от нашия край той беше много популярен; произведения на Петър Стъпов, Цветан Ангелов, Асен Босев... Четях и много стихове, доста от тях запомнях и рецитирах, даже това правеше впечатление на останалите.

**❖ Как подбирахте книгите, които четяхте? Някой насочваше ли Вашето четене или сам решавахте?...**

– Бях вече първокласник, когато майка ми почина и баща ми ме заведе в Дома за деца и юноши „Георгица Каракоянова”, тъй като не можеше да се грижи за мене. Сестра ми се омъжи. Така втори клас записах в друго училище, с други учители и възпитатели в новият ми дом с многобройно семейство. Четяхме много. Една от книгите, които съм запомнил, беше „Малкият спасител” на Георги Райчев. В неговите разкази нямаше партизани и стражари, но имаше вълнуващи детски съдби. И сега, когато препрочитам „Гюргя”, се просьлъзвам. Жалко, че бедните деца отново ме карат да си спомням моето детство. Тогава обикнах и Смирненски, „Братчетата на Гаврош”, „Каменарче”, въобще неговите „деца на града” приех като другари по съдба. Съветските книги се превеждаха и станаха популярни – „Самотна лодка се белее” от Валентин Катаев или „Повест за Зоя и Шура” от Любов Космодемянская, творбите на Аркадий Гайдар, „Млада гвардия” на Фадеев... Мога да изредя още десетки заглавия, но бих подчертал само, че сливането на трагизма с подвига на младите загинали герои вълнуваше моето въображение по особен начин. Неотдавна отминалата Втора световна война, промените, започнали в цяла България, разказите на по-възрастните какво е било довчера и какво става в настоящето мисля, че оставиха отражение върху цялото наше поколение. Промениха се социалните представи и нравствени ценности, капиталистическото минало и новото социалистическо настояще постоянно се съпоставяха, водеха ни по митинги, манифестации. Учехме стихове за великия Сталин, за Димитров, цялата атмосфера бе заредена с някакъв огромен заряд, с много патос, възторг, лозунги. Аз четях непрестанно, даже започнах да съчинявам стихове и съучениците ми започнаха да ми викат Стефан Поета.

**❖ Кои писатели четяхте в гимназията?**

– Както споделих, не просто общах да чета, а опознах истинската страсть към четенето, която не бих казал, че ме е изоставила и сега. Но аз говоря за времето, когато радиото едва навлизаше в нашия делник, а ходенето на кино беше като някакъв ритуал. Лятото, преди да вляза в гимназията, направих нещо, което даже някои професионални литератори не са правили – изчетох целия Вазов. Тогава излязоха неговите Събрани съчинения в 20 тома с редколегия П. Динеков, П. Зарев, Г. Константинов, Ем. Стефанов и Г. Цанев. Същото това лято бях на лагер в Берковица, тогава посетихме и къщата, в която народният поет е живял. В началото на учебната година учителката ни по литература Елена Илиева ни накара да напишем съчинение за преживяното през ваканцията преди да станем гимназисти. И аз разказах за Берковския балкан, за изкачването на връх Ком, за красотата, видяна от върха, след това предадох заедно с другите тетрадката си. След десетина дни, тази вече възрастна учителка, но прекрасен човек и литератор, започна да ни връща тетрадките, като на всеки казваше мнението си. И аз чаках своя ред, като се смущавах, защото видях, че всички получиха съчинението си, а моята тетрадка остана, и си казах: „Аз не написах съчинение на литературна тема, а споделих преживени неща и това навсякърно е причината да чуя мнението за написаното последен.”

Тъй като не ни познаваше още добре, Елена Илиева попита: „Кой е Стефан Кузманов?” Това е фамилното ми име от баща ми Антон, македонец. Той почина през 1956 г. Сега аз нося фамилното име на майка ми и на втория си баща – нейния брат, който, след като завършил гимназията, ме осинови. Станах от последния чин – винаги седях там, защото бях най-високият в класа, или един от най-високите. Тя ми подаде тетрадката и каза да прочета написаното. Когато завърших, учителката, като ме гледаше ласкателно, заяви: „Ученици, вашият другар е написал разказ. Той ще стане писател!” Подобен случай имах и в десети клас, когато една година уучих в Кнежа. От ломският дом за деца и юноши ме преместиха там, поради реформа на Министерството на просветата; на следващата година се върнах отново в родния си град. В Кнежа учител по литература ми беше

Христо Велков – много суров и строг човек, взискателен до крайност – всички трепереха от него. Както се досещате, при него само аз бях свободен и тачен и винаги дейно участвах в уроците му. Някои от съучениците ми направо ме мразеха, защото той непрекъснато ме даваше за пример. На класната ми работа за Елин Пелин беше поставил оценка „Прекрасно 6 +“. Там четях като луд Стендал – „Пармският манастир“ и „Червено и черно“. В влияние за това ми оказаха и двете екранизации на романите с Жерар Филип. На всичко отгоре бях безнадеждно влюбен. В последния клас на гимназията прочетох „Ако можеха да говорят“ на Йовков и си казах: „Ако някога имам дъщеря, ще я кръстя Василена“. Така и стана. Това го разказах на Елка Йовкова, дъщерята на писателя, и тя ми сподели, че баща ѝ също искал да я кръстят Василена – това било любимото му име, но майката се противопоставила. Дъщерята на Елин Пелин била кръстена на героинята от „Гераците“ и затова и тя решила да избере името Елка.

Знаех много добре руски език и учителката Стефка Христова ми даде да чета Пушкин и Лермонтов в оригинал. Особено Лермонтов така ми подейства, че го четях денонощно. А когато класният ми ръководител Никола Стоянов ми даде Сергей Есенин смятах, че съм омагьосан от лириката му и друго нищо вече не мога да чета. С неговите стихове заминах и за казармата.

❖ **Каква е ролята на книгата и библиотеката в живота Ви?**

– Ако трябва да отговоря подробно на този въпрос, просто трябва да разкажа живота си, и то най-хубавото, чистото, възвишеното в него... Постепенно откривах голямата литература, писателите, без които сега не бих могъл да си представя своето развитие. Ако не прозвучи патетично – не бих искал, книгите ми отнеха безброй дни и нощи, аз им се посветих безкористно и всеотдайно. От малките училищни библиотеки до десетки други – до най-големите – библиотеките на БАН и Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий“, навсякъде съм влизал като в храм и съм стоял до изнемога, докато рухна от умора. Никога обаче не съм усещал насита, нежелание да чета, да разлиствам или даже просто да гледам книги. Разделих се с най-близки хора, един цял свят рухна пред очите ми, но на книгите, на словото дължа всичко. И в най-тежките и мрачни мигове, преживени от мен, един стих, любим творец, литературен герой са ми били опора. Без преувеличение мога да кажа, че четенето на обичани автори и произведения ме спаси в миговете на безизходица, на безверие, на чувство, че животът ми е вече безсмислен, пуст и празен, даже ненужен... Тук бих добавил още едно божествено изкуство – музиката, с което литературата се допълва великолепно.

❖ **Какви книги пазите в собствената си библиотека?**

– Имах библиотека от над десет хиляди тома, която след развода ми просто се разпиля. При моите митарства изчезваха книги, някои подарявах, някои – взети от мен за четене, просто не ми бяха върнати. Но аз винаги съм носил със себе си като тежък, но любим и желан товар книги, без които не мога. По начало гледам на всяка книга като на нещо нужно и полезно, но, разбира се, има автори и произведения, които, ако не са до мен или не знам, че мога да взема да чета, изведнъж усещам някаква ужасна и тягостна празнота, едно чувство, което ми е даже трудно да опиша. Без да спазвам някаква последователност на наши и чужди автори, бих споменал имена като Сервантес, Стендал или Екзюпери, Йовков, Симеон Радев, Георги Караславов, Вапцаров, Младен Исаев, Яворов, Дебелянов, Томас Ман, Андерсен, Шекспир, Толстой, Флобер... През последните години вече могат да се купят Нищие, Шопенхауер, Бердяев. Имам доста книги на руски, френски, полски. Наред с художествената литература винаги съм ценял и чел критически книги, книги по естетика, философия, психология, история. Много обичам документалната литература, публицистиката и есеистиката. Какъв безкраен свят е този на книгата и как сме безпомощни пред него! Нашите малки човешки сили не стигат да се изчете всичко, което заслужава!

❖ **Сам ли избрахте университетската си специалност?**

– Да следвам журналистика беше моя мечта от ученическите ми години. Освен стиховете, които пишех през ранното детство, постепенно правех и различни литературни опити. В гимназията започнах да нося мои незрели творби в редакцията на местния в. „Народна трибуна“ и пращах дописки в окръжния в. „Септемврийско слово“. В Лом ме насырчиха да пиша. Особено внимание ми оказа Ечка Иванова, майка на сегашния министър на образованието и науката Игор Дамянов. Високо ерудирана и много сериозна редакторка, тя ме насочи и към писането на рецензии за книги, така че пътят ми към литературната критика е свързан с нея и в. „Народна трибуна“, който вече не излиза. Също ме подкрепи нейният съпруг Симеон Дамянов, тогава директор на

Първа гимназия „Найден Геров“; аз бях ученик от Втора гимназия „Христо Смирненски“. Той стана професор, но за съжаление жестока болест го повали преждевременно.

В казармата още от първата година започнах да сътруднича във в. „Народна армия“ – служех в Шумен, в Школата за запасни офицери при Висшето народно военно училище „Г. Димитров“. Втората година служих в София и на едно литературно тържество в поделението на Четвърти километър ме „откри“ Димитър Фотев – директор на библиотеката при Централния дом на Народната армия. Връзките ми се разширяваха. С тях идвала и наследченията да пиша, да сътруднича. Когато дойде време да подавам документи за следване, изпаднах в истинска безизходица. За разлика от сега, тогава имаше само катедра журналистика, приемаха пет момчета и пет момичета и това сурово ограничение ме притесни. Затова три пъти сменях първата посочена специалност за кандидатстване. Накрая реших – ще посоча на първо място Журналистика, защото имах цяла папка публикации, а това беше едно от изискванията за тази специалност. Случи се така, че бях наряд на 9 срещу 10 август 1963 г. На 10-ти обявиха резултатите, а аз щях да се освободя едва към 17 часа. Поделението ни беше преместено в Божурище. Мой приятел, също кандидат-студент, но по медицина, знаеше за терзанията ми, но когато тръгна за София не ми каза нищо. В ранния следобед го видях, размахал ръце и викащ: „Приет си. На първо място!“ Късно вечерта видях сам името си и занемях до вратата в градинката на Университетската библиотека.

❖ Спомняте ли си коя е Вашата първа публикация? Кой Ви подтикна?

– На този въпрос вече отговорих, но искам да обърна внимание върху неговата втора част. Откъде идва у мене тая жажда да чета, да размишлявам върху прочетеното, да искам да пиша? Казах Ви, че истинските ми родители бяха с незавидно образование, обикновени трудови хора. Но вторият ми баща – маминият брат, беше много чувствителен и любознателен човек. Самият той, останал само с професионално образование, четеше много. Като студент носех много книги у дома, разказвах за писателите, с които съм се запознал. И той слушаше с истинско наслаждение, следеше моето развитие, радваше се на книгите, които по-късно издадох. Беше много горд, че е мой баща и нося неговото име. Така че има вътрешен подтик, който трудно се поддава на обяснение. Макар и скромна, дарбата е необходима и тя идва по неведоми пътища.



Отляво надясно – Стефан Коларов с Николай Петев, председател на Съюза на българските писатели, и с белетристите Тодор Велчев и Константин Площаков (личен архив на доц. д-р Стефан Коларов)

❖ **Как формирахте литературния си вкус?**

– Много труден въпрос. Първо, защото вкус се изгражда доста бавно, продължително, даже бих казал мъчително. Второ – и вкусът се мени. Например сред любимите ми автори на младини бяха главно български, руски и френски писатели. Когато преведоха Томас Ман, неговите романи, неговите есета, аз открих творец, който сякаш измести други мои любимци. Поради идеологическите схеми и догматичното мислене ни се натрапваха дълги години имена, които сега са ми чужди и ненужни. Или твърде еднозначно бяха представяни множество автори, които сега изглеждат по друг начин. Но мога да кажа според своя скромен опит, че ако си чел много, можеш да изградиш стабилен вкус. Но пак повтарям – времето влияе върху вкуса. Даже бих свързал вкуса и с поколенията, с времето и неговите социални измерения.

❖ **Кои са любимите Ви български автори? Връщате ли се към класиците?**

– За мои любими автори от българската литература естествено бих посочил тези, които съм изследвал, за които имам книги – Ангел Каракийчев, Георги Караславов, Младен Исаев, Никола Вапцаров, но вече споделих преживяното с творчеството на един Йовков например. Стихосбирката на Блага Димитрова „До утре“ стана събитие в моя живот, когато през един отпуск от казармата класният ми ръководител от последния гимназиален клас Никола Стоянов ми я подари. В полуътмния салон на ломското читалище „Постоянство“ като гимназист присъствах на литературно четене с младите още поети Веселин Ханчев, Павел Матев, Орлин Орлинов и тази среща остана за мен знаменателна. На Веселин Ханчев съм носил стихове в „Пламък“, а с Павел Матев съм обиколил половин България на литературни срещи. Като студент живях на ул. „Паренсов“ точно срещу дома на Блага Димитрова и дълги години поддържах приятелски връзки с нея и Йордан Василев. Но животът свързва и разделя. Чета класиците. Преди две години изчетох отново целия Елин Пелин и открих неща, които още никой негов изследовател не е видял и анализирал. Изчетох пак Емилиян Станев. Преди десетина години подгответих за „Български писател“ едно томче на Владимир Мусаков, един модерен автор, чиито писки, а и прозата му – „Кървави петна“, са съвсем малко познати. Има още творци, които трябва да бъдат препрочетени и представени днес.

❖ **Има ли автори и книги, които препрочитате?**

– Има. „Дон Кихот де ла Манча“ мога да чета постоянно. Или есетата и новелите на Томас Ман. Стиховете на Дебелянов, Яворов, Вапцаров. Обичам да чета много афоризми, максими. Даже често пътувам с такива книги. Десетки пъти съм чел писмата на Флобер до Луиз Коле. Оскар Уайлд също високо ценя и обичам. „Малкият принц“ често препрочитам, не само защото го преподавам. Чета и приказки – наши и чужди, и не мога да им се насладя, толкова са дълбоки и мъдри.

❖ **Какво четете сега?**

– Напоследък чета автори, непознати у нас, като Алвин Тофълър или Мишел Фуко. Чета философия, социология, психология от чужди творци. Познати са ми, но не достатъчно, автори като Ролан Барт, Гастон Башлар. Разширявам своите познания върху теорията на медиите и масовата комуникация. От времето, когато следвах или съм работил в печата, нещата се промениха невероятно бързо.

❖ **Какво мислите за съвременния български роман?**

– Този въпрос ме затруднява, защото не познавам много добре нашата романистика от 90-те години на XX век насам. Ако обаче нашумели имена като Христо Калчев или Александър Томов дават облика на този роман, то той е в сериозна криза. Не знам дали Антон Дончев може да повтори успеха на „Време разделно“, но той е едно от големите ни имена в прозата. Вера Мутафчиева печели награда с поредицата „Бивалици“ – мемоарно-документални книги. Значи епичната проза е в застой. Но една литература има и върхови завоевания, има кризи, упадък. Плаши ме лавината от средна поезия.

❖ **Какви са вашите критерии за добър роман?**

– Критериите ми и за роман, и за литература като цяло, са прости. Искам да видя человека с неговия вътрешен мир, с терзанията на духа, с копнежите и болката по изминатото и по бъдното. Не клиширани герои и героини като тези на така превежданата и масово издавана у нас криминална проза или на любовни романи,

колкото и тази тема да е вечна. Много бих желал да прочета книга за нашия драматичен преход. Има вече опити. Сигурен съм, че зреят таланти, но това не става изведнъж. Епохата ни е объркана, за даровития творец обаче това е предизвикателство и съм сигурен, че ще се родят ярки произведения.

❖ **Водите ли си бележки и записи, когато четете?**

– Винаги. Смятам, че само тогава четенето е пълноценно. Изписал съм хиляди страници с бележки, с отделни имена, думи, цитати. По принцип не обичам по моя книга даже да подчертавам. Ако се препише част от текста, той се усвоява по-задълбочено, става по-ясен. Неотдавна четох бележки на Иво Андрич, чиито романи отдавна познавам, и той изтъква колко е важно не само да се чете, но и да се отбелаязва онова, което впечатлява и е нужно да се запомни.

❖ **Вероятно имате много книги с автографи и посвещения. Пазите ли ги? Кои от тях са Ви най-скъпии?**

– Винаги съм смятал, че една от най-сериозните слабости на националния ни характер е липсата на чувство за памет, за история. Оказах се обаче истински българин в това отношение. Разпиляха се ценни за мен книги, събирані десетилетия. Извърших и най-страшното – сам унищожих преди десетина години целия си архив. Стотици публикации във вестници и списания, хрониращи не само моето развитие, но и времето, в което съм живял; хората, с които съм се срещал и разговарял. В черната за съдбата ми 1990 г. две мои книги, излезли в трето издание – „Живот, по-хубав от песен...“ и „Шестимата от дело №585/1942“ в общ тираж 40 хиляди, бяха изпратени за претопяване. Ударът беше толкова силен, че болката няма никога да отболи. Но в бурята оцеляха книги с автографи и посвещения от Константин Константинов (публикуваното тук факсимиile на неговия автограф – б.р.), Дора Габе, Елизавета Багряна, Младен Исаев, Георги Караславов, съпругата на Ангел Карайчев, Радой Ралин, Блага Димитрова, Людмила Исаева... Макар че загубих доста, имам и редица снимки, които ме връщат назад във времето.

❖ **С кои съвременни български писатели и поети поддържате приятелски връзки?**

– Тъй като основната ми литературна дейност е свързана с критиката, не е трудно да се досетите, че към Вашия въпрос би могло да се добави и за омразите с редица български поети и писатели. Критикът е мразен не само заради отрицателни отзиви и рецензии, а и заради това, че не е писал за даден автор. Дори и затова имам лоши отношения с някои, защото съм писал примерно за Георги Караславов и Младен Исаев. Вие ми дадохте дневника на Христо Радевски, който заслужава внимание. С него повече от десетина години общувахме, даже съм запазил няколко картички с новогодишни поздравления. Но по повод на мои публикация на част от анкетата ми с Георги Караславов той се позовава на нея и я отбелаяза в дневника си доста язвително. Лошото чувство към Караславов се е пренесло и върху мен. Така че литературните нрави са сувори. Но след тежката загуба на творци като Караславов и неговата съпруга, на Младен и Людмила Исаеви, Иван Давидков, Ефрем Каранфилов, Дамян П. Дамянов, Лъчезар Станчев, Емил Коралов и десетки други, с които много общувах и се радвахме на взаимно уважение и приятелство. Сега също имам хубави творчески и човешки връзки с Антон

Константин Константинов

Върхове

*На Съветън Конгрес  
върхове  
Младен Исаев*  
31.12.1967



**К. Константинов.** Върхове. С., Бълг. писател,  
1967. 75 с. Сб. есета.

Дончев, Павел Матев, Лиляна Стефанова, Петър Караангов, Николай Петев, когото неотдавна избрахме за председател на Съюза на българските писатели... Трябва да изброявам десетки имена, както и на тези, с които не се поздравявам от години и се поглеждаме навъсено. Страсти, човешки страсти.

❖ **Кое е любимото Ви занимание?**

– Да чета, да слушам любимата си музика от Пучини, Белини, Чайковски... Да се разхождам сам по места, където като млад съм преминавал и сега всичко ми изглежда и познато, и неузнаваемо. И си припомням оня великолепен и страшен стих на Блок, че е станало безпощадно ясно – животът прошумя и си отиде...

❖ **Вие сте автор на много книги. Коя от тях цените най-много?**

– От нито една своя книга не се отказвам. Най-скъпи са ми онези, в които съм запечатал миговете, прекарани с Караславов и Младен Исаев; страниците, посветени на Вапцаров и неговата саможертва, на неговите другари и техният светъл идеал. Незабравимо е времето, когато, насырен от моя научен ръководител акад. Г. Цанев, започнах да изследвам живота и делото на А. Караджев. Посещението на Стражица беше и първото ми пътуване в красивия Великотърновски край. Затова, когато по-късно проф. Георги Димов ме покани да чета лекции във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, аз с желание приех и така досега съм свързан със старопрестолния град и университета.

Постепенно усещам как в душата ми кълни хубав творчески порив, много от събрания материал за книги, не за книга, сякаш постепенно се подрежда. Дано да успея да напиша нещо по-добро, по-зряло, което да намери своя читател и ценител.

❖ **Как виждате бъдещето на книгата? Има ли опасност тя да бъде изместена от телевизията, от компютрите и Интернет?**

– Историята на книгата е многовековна и никакви модерни технологии не могат да я заменят. Не смяtam, че това мнение е консервативно или демодирано, белязано от възраст или носталгия по миналото. Има промени в развитието на човечеството, други нагласи, открития, които движат цивилизациите напред. Но човекът както и да се променя във времето, виждаме, че основното в него се съхранява. Чувства, мисли, идеи, желания, любов, смърт – да не изреждам повече. Компютрите, Интернет – чудесно. Но тъничката книжка, която детето разгръща, носи повече интимност и топлота, въпреки компютърните игри. Добрата стара книга ще продължава да носи радост, да ни учи и вълнува, въпреки всичко друго, което прогресът ражда.

❖ **Как мислите – ще оцелеят ли българските библиотеки в условията на духовна криза, в която живеем?**

– Може би моят отговор ще ви изненада, но аз съвсем не смяtam, че има духовна криза. Бездуховният човек живееше и преди петнайсетина години, жив е и сега. Нещо повече. Битката между духа и материята иде от прастари времена и ще бъде вечна. Но винаги има хора, които жаждат изкуство, четат, изживяват наслада от общуването със сътвореното от великите творци. Често виждам в метрото, в претърканите автобуси и трамваи четящи хора, значи можем да бъдем спокойни. Ако в библиотеките и читалищата има грижовни хора, които носят светлото призвание да служат на духа, ще има читатели, ще се събират млади и стари, привлечени от озарението на словото. Сред младите хора, сред студентите откривам много умни, способни, дейни и амбициозни бъдещи създатели. Социалните трусове и кризи, политическите ежби и властолюбието само подчертават онова, което е по-привлекателно и достойно. Най-често гениите на човечеството са живели и творили в нищета. Никой не помни техните съвременници. Но божествената сила на тяхното изкуство движи човечеството напред и все напред.

❖ **Бихте ли определили накрая своето верую? Имате ли свой девиз?**

– Естествено. Но трябва да говоря много за мъдрости, които съм научил от народа ни, от умни хора, с които съм общувал, от вечни книги, които препрочитам. Една от сентенциите запомних от дневника на младия Карл Маркс, взета от древните гърци: „Нищо човешко не ми е чуждо.“ От изминатия през годините път осъзнах голямата истина – колкото по-рано се научиш да губиш, толкова по-спокойно ще приемаш ударите на живота.



## РЕЦЕНЗИОННИЯТ ЕКЗЕМПЛЯР – ЯДРО НА ИЗДАТЕЛСКАТА КОМУНИКАЦИЯ

зл.дс. д-р Евгения Русинова

Използването на рецензионен екземпляр<sup>1</sup> е рутинна и традиционна издателска практика на Запад. Десетилетия наред тя е основна дейност на претделите на големите издателства или дори изчерпва активността им. С времето приложението на рецензионния екземпляр максимално се е диференцирало. Той се превърнал в задължително, важно промоционално и маркетингово средство. Чрез него се поддържа издателски (и авторски) имидж, провеждат се промоционални, реклами, маркетингови и от областта на пъблิก рилейшънс (ПР) действия и т.н. У нас понятието не е много популярно, докато практиките, свързани с него, намират разнообразно приложение. Все още обаче липсва осмислянето им съобразно българските условия на база българския текущ опит<sup>2</sup>.

Ако приемем, че всеки рекламен, маркетингов и ПР акт е и комуникационен акт, то рецензионният екземпляр играе ролята на *основно звено в комуникационната верига* между издателствата и публиките. Рецензионният екземпляр може да се разглежда още и като средство с двойна, едновременна функция – и ПР, и маркетингова. Възможно е използването и поотделно, главно с ПР функция. Изпращането на екземпляр от скъла, уникална книга (или „проба“ от нея) с минимален тираж и ограничено приложение за строго специфична аудитория, например до медиа с многохилядна, многомилионна аудитория, която при това има подчертано влияние върху масовия читател, има не маркетингова, а имиджова, информационна и като цяло ПР функция. Някои специалисти от книгоиздателската сфера дори приемат, че

рецензионният екземпляр изразява (дори изчерпва) същността на издателския пресотдел, заема или организира около себе си значителна част от връзките с медиите и по същество е основната специфична проява на ПР при издателствата<sup>3</sup>.

Съществуват разнообразни определния и отличителни белези на рецензионния екземпляр, различаващи се единствено само в нюанси, особено по отношение синоними на понятието. Точното дефиниране е свързано с определяне на параметрите на термина. То се изразява във въпросите какво е рецензионен екземпляр, от кого, кога и до кого се изпраща и на какви специфични изисквания се подчинява.

Ако сумираме популярните представи за рецензионен екземпляр в лаконична дефиниция, то тя ще гласи, че *рецензионният екземпляр е новоизлязла книга или друго печатно произведение, което се изпраща до редакциите на печатни (вестници, списания) и електронни (радио, телевизия) медии с молба за отбелязване и представяне (анотиране) или критично обсъждане (отзив или рецензия)*<sup>4</sup>. Всеки един от елементите на това условно определение изиска по-детайлно разглеждане.

В съвременните условия съдържанието на понятието рецензионен екземпляр се разширява значително – в него влизат не само печатни произведения, но и произведения на електронни носители: книга, издадена и/или само на СД, мултимедийна публикация и др. Понятието новоизлязло също поддъжи на пречириране. То обема и повторно издание, стига то да притежава изразени отлики: значителна преработка и актуализиране, възстановка на оригиналния текст; първо пълно издание на текст, циркулиращ преди това в изопачен или адаптиран вид; наличие на публикувани за първи път приложения (текст, илюстрации, карти и др.) и т.н. Обичайно обаче става дума за *сигнален* (неточно според българската практика) или предварителен (например по немската терминология

Vorausexemplar) екземпляр<sup>5</sup>. Това са бройки, които се изпращат преди пускане на тиража в дистрибуционната мрежа.

Практиката показва чувствително отклонение от дефинираните в специализираните текстове принципи. Така изпращането на рецензионния екземпляр до вестниците може да стане и значително по-късно след официалното пускане на тиража/заглавието. По-късното интервениране пред пресата цели да се стимулират продажбите. Използването на рецензионния екземпляр не е самостоятелна акция, а е обвързано с цялостната маркетингова/ПР стратегия за отделното издание.

Изпращането може да изпревари, свъпадне или да последва непосредствено след пускането на предварителен тираж в случаите, когато екземпляри от дадено издание се появяват по специални поводи: годишнина, награждаване, определена дата, свързана с някакви издателски договорености или специфични събития. Така по съображения на авторското право и тайна, маркетингови причини и т.н. за дадена книга не се изнася никаква информация до момента на официалното ѝ пускане в мрежата (началото на промоционалната кампания). Драстичен е примерът с петата книга от поредицата за Хари Потър на Дж. Роулинг (2003 г.). В такива случаи действат диференцирани подходи за уговоряне на отзиви след фиксирания термин. Специфичен е случаят при безплатните и т. нар. служебни издания, които не подлежат на обичайния начин на дистрибуция и не се подчиняват на пазарни принципи. Такива са публикации на международни организации, някои институти, висши държавни служби и ведомства<sup>6</sup>. В този случай рецензионният екземпляр изпълнява изцяло ПР/информационна функция.

Комуникационният процес, осъществяван чрез рецензионния екземпляр е задължение на референта по пресата, ПР специалисти, отговорник за медиите или друго лице със специализирана функция, член или единствен представител на съответния, профилиран в посочената дейност отдел на издателството. В много от чуждите практики рецензионната политика е

основно направление на връзките с обществеността или ПР дейностите (в зависимост от използваното название) на издателствата. „Дължностната характеристика“ на лицето включва добра комуникативност, определени познания в общуването и работата с медии и публики, умения да се разпределят задачите във времето, способности в областта на оперативното планиране и т.н.

Референтът по пресата в много чужди издателства познава детайлно медийния пейзаж, спецификите на отделните издания, радио и телевизионни станции, техните информационни приоритети, характера на аудиторията им, рейтинга на изданията и т.н. Това позволява диференцирано изпращане на заглавията за рецензиране към подходящата медиа, дава възможност да се оптимизират усилията от страна на издателството, пести време и средства. Успехът зависи в много голяма степен от ясната преценка за изданието, което ще се рецензира, избора на целите и от издателските приоритети. Изработването на правилна издателска стратегия чрез рецензионния екземпляр изисква още отчитане спецификите на темата, съобразяване с тиража, познаване на потенциалната аудитория и др.

Разпространената практика е изпращането на рецензионен екземпляр да става след първоначално съгласуване със съответния отдел на медиата, чието съдействие се търси. „Сляпото“ изпращане/занасяне на книга е рискована операция и има стойност само като първично опипване на почвата. Ще акцентирам върху положението, че контактуването с медиите е целево, диференцирано и не е еднократно.

Обичайно рецензионният екземпляр се изпраща по пощата. В определени случаи – скъпо издание, специални условия, свързани с появата на медийната информация и т.н. може да се използва куриер или лице от издателството. Личното занасяне на екземпляр се практикува при първоначалното установяване на контакти с медиите. При големите издателски къщи процесът на изпращане е рутинен – по пощата.

В отделни случаи е възможно рецензионен екземпляр да изпрати и авторът. Това е ограничена

практика и се прилага все по-изолирано в западни условия. Към нея се прибягва само в случаи, когато се търси съдействието на авторовия авторитет пред определени медии или когато авторът сам си е издал (типа „самииздат“).

Получател на рецензионния екземпляр е не редакцията на медиата въобще, а конкретно лице – пресотговорника или чиновник от съответния отдел, и само там, където такъв няма – до лице с длъжност, обемаща и рецензионно-информационни дейности. При радиата и телевизионните канали изпращането се насочва към водещия или отговорния редактор на рубриките, диференцирани за представяне на нови книги, както и към тематични блокове, които биха проявили интерес към проблематиката на книгата. Въобще контактите с телевизионните станции изискват много голяма гъвкавост и точна преценка, предварителни разговори и значително координиране, защото в повечето случаи телевизиите не показват само дадена книга, а организират около нея определени акценти, свързани с участие на автор, издал, рецензент, преводач и т.н.

Изпращането на рецензионен екземпляр е преди всичко активност от страна на издателството/издателя. Има случаи, при които издателствата изпращат рецензионни екземпляри при поискване от страна на редакции и дори от страна на потенциалния рецензент. Тези изолирани случаи са свързани с категоричното задължение за публикуване на отзив, обзор или рецензия в специализирани издания – научна периодика.

Ефектът, който се цели с рецензионния екземпляр, се усилва чрез изпращането на екземпляри до VIP личности или лидери на общественото мнение. Разчита се на тяхното становище, което издателството да използва в промоционални или реклами кампании<sup>7</sup>.

В съвременната издателска практика рецензионният екземпляр е съпроводен от различни приложения, които информират както върху съответното заглавие, така и върху дейността на издателството. Такива могат да бъдат: каталог на издателството, пълен

каталог на издателството и каталог на отделна издателска поредица; книгоразделители с рекламно-информационни текстове, адреси на издателството; тримесечни или полугодишни прегледи на нови, очаквани или новоизлезли заглавия с откъси от тях, илюстрация, анотация и библиографски данни и т.н. За книга, която излиза в поредно издание, могат да се приложат копия от нашумели рецензии в пресата. Задължително обаче рецензионният екземпляр влиза в комплект с издателска анотация и снимка на корицата/ обложката<sup>8</sup>. Издателската анотация е кратък, конкретен, написан по същество текст, представящ съдържанието и целите на книгата и при необходимост акцентиращ и върху автора. Той се оформя върху лист с формат А4 (до 2 листа текст, написан само върху едната страна). Задължително се започва с подробни библиографски сведения – заглавие, автор, серия/поредица, към която принадлежи книгата, страници, формат, международен издателски номер (ISBN), приложения, наличие на приложения (карти, снимки, графики), цена. Разпространена е практиката този текст да е идентичен с текста, отпечатван на гърба на задната корица или на двете крила на обложката<sup>9</sup>.

Справочният текст е изключително важен за постигането на ефект от рецензионния екземпляр. Той ориентира редактора в медиите, открява акцентите и на практика е готова информация, която чрез известно редактиране (най-вече съкращаване) може да се отпечата във вестник или списание, или да послужи за изчитане пред микрофона като и камера. Текстът има информационна насоченост и се подчинява на определени изисквания за написване. Те са: конкретност и рационалност пред емоционалност, съдържателност и аналитичност, пред общи фрази. Прилагането на снимки от корицата позволява лесното оформяне на съответния информационен текст.

Ефективността на рецензионния екземпляр почива на някои темпорални изисквания. Срокът за публикуване на информация/ отзив в пресата се изчислява обично от седмица до 2 пр. еже-

дневниците, позволяващи ежедневна публикация, до 3 седмици при тези, които само веднъж в седмицата имат рубрика или страница за нови книги. При списанията този срок е до 45 дни, а за научните и други строго специализирани издания – до 6 месеца от пускането на заглавието. След публикуването на рецензията обичайно в издателството се изпращат 2 отпечатъка от списанието, съответно 2 книжки или 2 броя от списание или вестник.

Някои издателства не изпращат екземпляри за рецензиране от отделни издания – много скъпи, изключително луксозни, в минимални тиражи. Същото важи за преобладаващата част от продукцията – справочници, енциклопедии и речници. В тяхната практика влиза изпращането на „проба“ – кола от изданието, даваща възможност за сравнително представително запознаване, придружена с информационни материали. Разпространена е и практиката за предоставяне на екземпляр за временно ползване (до пригответяне на съответния презентационен материал) или за закупуване със значително намаление.

Видът на материала, с който дадено издание ще бъде представено в медиите зависи от много фактори: профила на медиата, характера и обхвата на аудиторията, темата на книгата, нейния автор. Влият и странични фактори, определящи наличие или липса на интерес към едно заглавие. Това показва, че организирането на промоционална кампания чрез рецензионен екземпляр изисква внимателно, детайлно и навреме организиране. Съобразно значението на изданието, вида на аудиторията и целите, които се преследват, представянето на книгата може да бъде като библиографска информация (библиографски данни), кратка анотация (текст от 3–6 реда, 90–180 знака), отзив (15–20, много рядко до 30 реда), рецензия (в зависимост от изданието 90–120 реда), всички придружени със снимка.

Сведения от чуждата практика показват, че рецензирането, особено в пресата, осигурява една постоянна квота от продажбите, константно към 1/5 от общия обем за дадено заглавие<sup>10</sup>. В български

условия има какво още да се желае за оптимизирането на разгледаното тук информационно, маркетингово и PR средство. Като слабо звено може да се посочи съпровождащата издателска анотация, която генерално се пренебрегва от издателите. Българският опит и традиции, някои датиращи от края на 19-ти век, които за съжаление са подминавани, дават възможност за интересни наблюдения и обобщения, обект на друг наш текст.

## БЕЛЕЖКИ

<sup>1</sup> Понятието „рецензионен екземпляр“ е много популярно в немскоезичното пространство. Използвам го като по-оперативно, по-сбито и същевременно достатъчно условно в сравнение например с „екземпляр за рецензиране“, „промоционални бройки (екземпляри)“ и т.н. Изборът ми кореспондира с непосредствените ми наблюдения и проучвания на издателската практика в Централна Европа – главно Германия, Швейцария, Австрия.

<sup>2</sup> Напоследък чужди източници по темата реферира **М. Гуленова.** Маркетинг на книгата. Коммуникации. С., 2003, 162–163.

<sup>3</sup> Вж. напр.: **S. Gent.** Die Tschreibbuch Fibel. Frankfurt/Main, 1992, p. 159.

<sup>4</sup> Ср. с: **M. Rehm.** Lexikon Buch. Bibliotek. Neue Medien. Muenchen, 1991, p. 24.

<sup>5</sup> Так там, р. 281. Впрочем съдържанието на понятието „сигнален екземпляр“ се изменя с времето – **E. И. Шамурин.** Словарь книговедческих терминов. М., 1958, с. 264, ср. с **Ц. Барова.** Немско-български речник по библиотечно дело. С., 1994, с. 100, инд. 3732, която открива синонимия между сигнален и предварителен екземпляр.

<sup>6</sup> Типични са издания на Министерството на от branata с военноисторически характер, на Центъра по проблеми на малцинствата и етническите взаимоотношения – София, на Bundeszentrale fuer Politische Bildung. Бон, European Centre for Minority issues. Фленсбург и др.

<sup>7</sup> **Gent, S.** Op. cit, p. 218. **M. Rehm.** op. cit, p. 281.

<sup>8</sup> По примера на издателство G. Callwey – Мюнхен.

<sup>9</sup> **Rehm, M.** Op. cit, p. 203, ср. с р. 161.

<sup>10</sup> **Gent, S.** Op. cit, p. 173. В материала използвам наблюденията си върху практиката на издателствата R. Oldenbourg и DTV – Мюнхен, Westdeutscher Verlag – Opladen/Wiesbaden, Du Mont – Koeln и др.



## ПРЕСРЕКЛАМАТА В СЪВРЕМЕННИЯ ИНФОРМАЦИОНЕН ВСЕКИДНЕВНИК

доц. д-р Лъчезар Георгиев

Не бива да се абсолютизира твърдението, че през социалистическият период пресрекламата е била само безлична, сива, идеологически обременена. Но и най-смелите оформителски решения неизбежно се сблъскваха с тромавия и не дотам угледен почерк на една постепенно закостеняваща и ползваща стереотипни оформителски средства система. Отговорният секретар и неговите уредници най-вече бяха хората, които поставяха рекломните текстове там, където смятаха за най-уместно.

Все още в теорията на периодичния печат у нас, пък и в чуждия западен печат, се говори за **оформяване** на вестникарската страница. Целият процес, включващ илюстрирането, орнаментацията, рубрикирането се разбира като **архитектура** на вестника. Акцентът пада върху избора на шрифтовете за заглавията, основните и съпътстващи текстове. Понятието **графичен дизайн** намери своето реално приложение у нас едва през 90-те години на XX век, когато многообразната ни палитра от вестници и списания качествено промени облика си, а цветният печат масово навлезе при изработката на вестника и списанието.

След 1989 г. демократичните промени намират отражение и в преодоляването на клишираните детайли. Постепенно щрихите придобиват креещящ, дори гротесков вид в първите частни издания; нерядко се правят неудачни опити, които са плод на все още слабите оформителски средства на съвременния софтуер за графичен дизайн на вестника и списанието. След неколкогодишни търсения и експерименти, днес рекламата в българския периодичен печат е толкова многолика и тъй бързо променяща се в новите условия

на обществено-политическия живот, че удивлява с невероятните си по оригиналност решения. Благодарение на богатите възможности на компютърните програми за вестникарски графичен дизайн, картина на пресрекламата става все по-интригуваща. Решенията за разположение на заглавията и илюстрациите далеч надхвърлят епохата на високопечатните технологии, където малките технически и полиграфически възможности ограничаваха уредника и оформителя при макетирането на вестника и списанието.

Днес рекламата в периодичния печат може да определим като **абонаментна** – свързана с годишна или периодична абонаментна кампания на изданието, както и за абонамент на други периодични издания (вестници, списания, алманаси, бюлетини, периодични сборници); **информационна** (*тип малка, средна и голяма обява*) – даваща предимно определени сведения на читателя; **търговска** – с определена маркетингова ориентация спрямо даден продукт; **събитийна** – правеща промоция за дадено рекламирано събитие; **съпътстваща** (в контекста на даден жанр) – коментар, репортаж, интервю, информационна статия и др.; **спортна** – специализирана в областта на спорта и туризма; **с културно-развлекателен характер** –



**Очаквайте в  
съботния брой**

**Православен  
календар за  
2004 година**

**с Всички  
църковни  
празници и  
имени дни**

Пресреклама долу вдясно на с. 24, № 290,  
11 декември 2003, на в „Сега“



Реклама на спортни съоръжения във в. „Сега“, № 290, 11 дек. 2003, с. 20, долу вдясно на наборното поле

например за книги, филми, театрални спектакли. Спрямо разположението върху наборната страница рекламиата е: *върху цяла страница* – изпълваща цялото наборно поле; *лентова в хоризонтална плоскост* – открай докрай на широчината на наборното поле или обхващаща само част от пространството (обхващаща широчината на 2–4 колони); *вертикална* – спускаща се по височината на наборната страница, обикновено в една колона; *блокова* – включваща в общ блок (каре) две или повече реклами, оградени обикновени с ограничителни линии, в рамка, с подложки в цвет и други орнаменти; *малки обяви* – с кратък текст, включени самостоятелно или в тематично подредени реклами рубрики или кратки съобщения-обяви. Според оцветеността си рекламиите може да класифицираме като *едноцветни, двуцветни, с повече цветове*.

Понякога абонаментната кампания на периодичното издание става повод да се освежи и поднови рекламираната комуникация на собственото периодично издание. В тази насока се търсят нови цветови решения, илюстрацията все повече взема своето доминиращо място наред с разчупения от причудливи графични решения текст. Като отличителен детайл

например на лицевата страна на вестника, в близост до заглавката, под водещите материали присъства снимка на първата вестникарска страница с рекламен текст; може да се помести в уменен вид и самата „глава“ на изданието, съпътствана от подходящ илюстрационен материал и орнаменти, загатващи за стила на рекламирания вестник или списание. На читателя се обещават настърчаващи абонамента подаръци и награди. Информационният всекидневник „Труда“ рекламира с лаконични и нетърпящи възражение текстове от типа на „Избери най-доброто“ и съпътстваща снимка, в. „Сега“ акцентира на наградата и бонуса – снимки тип „тифец“ (безфонови), на подаръци за най-активните и печеливши абонати. „Сега“ директно изпраща рекламното послание към все още колебаещия се читател: „Абонирай се!“, „Ползваш 10% отстъпка“, „Всеки печели!“, „Подарък от Сега“, „Вземи EuroLine в Сега“ (става дума за популярната Евролайн кредитна карта). Илюстрациите в абонаментната реклама са не само статични (показващи награди и подаръци като премия за печелившите абонати), но и снимки, рисунки и карикатури, където образите са динамични, в движение. Това прави рекламата още по-актуална и привличаща погледа на читателя.

Напоследък рекламата използва повече цветове, фонове, подложки. Илюстративният материал също навлиза все по-отчетливо в графичния дизайн на вестника и списанието. Снимката, карикатурата, цветът, орнаментите, инфографиките се превръщат в находчиви средства за комуникация с читателската

<b>СЕГА</b>		<b>НАЙ-ДОБРОТО</b>
<b>ТАЛОН ЗА АБОНАМЕНТ</b> за в. „СЕГА“ с 10% ОТСТЪПКА - 200 лв.		
Име (Фирма)	_____	Бултаг/ЕГН
Дин №	_____	_____
МОЛ	_____	_____
Адрес за получаване:		
Пощенски код.	_____	Град/село _____
Област	_____	ж.к. _____ ул. _____
№	_____	бл. _____ вг. _____ ат. _____ п.к. _____
_____	_____	Е-mail _____
<input checked="" type="checkbox"/> Тел. _____ <input type="checkbox"/> Адрес за фактура (ако е различен от адреса за получаване)		
<small>Ичили на плащане: <input type="checkbox"/> платежно наредление <input type="checkbox"/> в брой            Банка „ПИБ“ АД, банков код: 15091501, банков сметка: 1000653900, „СЕГА“ АД            Полиметал Груп и со партньори на адреса наредили заемъ с хипот от платежного наредление            за тринадесет седмици, 1164 София, ул. Димитър Благоев 21, тел. за информация: 02/80 91 551</small>		

Абонаментен талон във в. Сега, № 290, 11 дек. 2003,  
с. 18, горе вляво на наборната страница

от СЕГА с нова кола

София Ауто

ОPEL VECTRA

Талон за  
абонамент  
на стр. 18

Абонирай се и спечели!

www.sega.bg в сайта на вестника

На стр. 1

САЛОН СЕГА

Абонаментна реклама във в. „Сега“, № 290, 11 дек. 2003, с. 1

аудитория в условията на засилена конкуренция с електронните медии. И тъй като факт е вече не само четящата, но и т. нар. „преглеждаща“ периодичното издание публика, тези изразни средства на дизайна стават още по-необходими, особено пък при все по-динамичното рекламиране присъствие по страниците на ежедневната преса. Вече е факт интегративна организация на редакцията от нов тип, която да обединява авторската, редакционната и дизайнърската работа в един общ мисловен микс. И тук е мястото на реклами, която има и важна маркетингова функция – чрез нея идва основната част от постъпленията за издръжка на изданието, но заедно с това е и нещо повече – тя е комуникация, тя е насырчаща визуална потребност в един нов свят на границата между текста, въображението и багрите.

Графичните дизайнери намират най-неочаквани и причудливи решения за мястото на реклами. През последните години все по-убедително навлиза практиката за групиране на реклами около главата на вестника или списанието, където тя е не само най-скъпа, но и най-отчетлива, най-впечатляваща. Стремежът е, без да се превишава по сила цветовата палитра и графичността на самата заглавка, да се помества именно там пестелив, но оригинално въздействащият рекламирен акцент. Той трябва да води, да подсказва и

да напомня непрекъснато от най-видното място на вестникарската страница за силата на рекламирането, за качествата на неговия продукт, за неговата коректност, въобще за достойнствата му. Дори само два цвята в този тип реклама са достатъчни за извеждането на посланието, за издателската марка или еклипсиса, превръщащи се сред многотиражното комуникативно пространство в ефикасно средство за директно общуwanе и отправяне на послание към читателската аудитория.

*Едноцветната* реклама се прилага за вътрешните страници на изданието, като тук еднообразието се избягва посредством разнообразяване на формата – например правоъгълният рекламирен формат се комбинира хоризонтално и вертикално, понякога и в комбинация с квадратна реклама, използват се растерови черни и сиви подложки за фон, в който се дупчат най-отчетливите и водещи заглавия. Друг начин за разнообразяване на рекламираното пространство е изборът на шрифта – наред с използването на кегли от една шрифтовата гарнитура и едно шрифтово семейство могат да се приложат нестандартни решения – рисуван шрифт, получер курсив с изразителни очертания, получер блок гротеск, подходяща орнаментна символика. Прилагат се и снимки на рекламираните обекти в движение, степенуване на заглавията, капителни букви,



Вертикална реклама във  
вестникарската страница

ходящ за целта илюстративен материал. Все пак директната реклама е предпочитано средство за атака – както срещу опонентите, така и за предизвикване на интерес у потенциалните избиратели. И тъй като в тази реклама следва да излезе на преден план илюстрирацият ефект, образът обикновено се изчиства от фона, употребява се изрязването около портретната снимка (т. нар. *тифец*), която трябва да носи своеобразното излъчване и послание.

Понякога във вестника, макар и по-рядко, се използва и антирекламата. В повечето случаи тя е фотомонтаж с кратки, но силен впечатляващи текстове и насочващи подтекстови илюстрации.

Възниква и един немаловажен въпрос – за мястото на рекламата в общата композиция на вестникарската страница. Дизайнерите на националните всекидневници и седмичници не регламентират точно нейното място – то може да е в страница-рубрика за обществено-политически живот, финанси, икономика,

шпациране на текстове, светли курсивни шрифтове.

*Политическата реклама* във вестника най-често се публикува в хода на предизборния маратон за народни представители, за кметове и общински съветници. Периодичните издания охотно публикуват доходносната реклама от този тип. Тя може да е скрита, разърната посредством жанра на интервю с кандидата, да има репортажен характер, да е под формата на статия или проблемна кореспонденция, както и по-лаконичната информационна бележка, разбира се, с под-

спорт и т.н. Важно е рекламата да не противоречи със своите графични, цветови и илюстрационни решения на общата концепция на страницата, а оттам да внася дисхармония и в цялостния графичен облик. Нека да отбележим още и съчетанието на рекламата с журналистическите жанрове – тя удачно намира своето място в съседство с репортажа, коментара, уводната статия, интервюто, проблемната кореспонденция. Важното е да бъде спазен принципът – нейното място е *до* или *под* водещия материал и не трябва да го превъзхожда в общата композиционна схема, дори когато е разположен като подлистник или като спускаща се едноколонна или двуколонна реклама (тип *бариера*) по височината на наборното поле. Ако се налага рекламата да е изнесена в горния край на страницата, то това следва да е пестеливо и много внимателно премерено. Тогава обикновено рекламираното пространство е сравнително малко и непреобладаващо. Понякога графичният дизайнер използва и комбинацията тип *ботуш* – спусната отгоре додолу вляво или вдясно на наборното поле реклама с широчина най-малко две вестникарски колони и подлистник, допълващ основата на страницата, така че да придобият приблизително формата на ботуш. С други думи, мястото на рекламираните текстове най-често е долу и встрани спрямо водещите материали на вестникарската страница, като се спазват пропорциите за диагонално разположение на илюстративния материал, за степенуване на заглавията, за гледане на образите от снимките и карикатурите навътре в наборното поле, за извеждане на водещия материал, илюстрацията или фотопортажа в оптичния център на страницата. Не бива да се забравя, че илюстрациите в рекламата може да са *статични, внасящи нюанси на покой, на уравновесеност, както и разположени в динамичен план, пресъздаващи движението, напрежнатостта, събитийността*. Тук може да се помисли и за допълнителни графични орнаменти, за щрихови и орнаментни акценти – тогава говорим за *комбинирано* дизайнърско решение. Ако илюстрацията е заснета от височина, отгоре, то нейното разположение е в долния край на рекламираната, а самата реклама е добре да стои долу на страницата.

Другият въпрос е за форматирането на рекламиата. Тя може да е лентова, хоризонтално разположена по целия долн край на наборната страница; тип бариера – по протежение на една или две колони вляво или вдясно по височината на страницата; нисък подлистник – в долнния край на наборното поле, като обхваща изцяло или повечето колони. Рекламата би могла да е още врязана встрани върху една или повече колони отляво или отдясно на страницата или да е тип прозорец – оградена с текстове на журналистически материали.

*Оригиналността и находчивостта* при създаването на рекламния текст и използването на илюстрациите и спомагателните орнаменти също е въпрос, който не от вчера занимава оформителите на вестника. Превръщането на един готов текст на обява в ефектна, подбуждаща интереса и насырчаваща продажбите reklama е нелека и отговорна задача.

Рекламният дизайнер трябва да пресее значимото от незначителното и да му даде съответното шрифтово решение. Нерядко текстът на рекламното съобщение е по-пространен и трябва да се прецизира. Редактирането или съкращаването му може да се осъществи със съгласието на рекламодателя. Все пак всеки текст и пространство, предназначени за рекламиране, носят приходи, затова повечето дизайнери в бранша са принудени от обстоятелствата да откриват почти в движение най-подходящата формула за реализирането на единството между текстовата и илюстрационната част. Незначителните подробности се набират с по-малка големина, докато акцентите – например промоционните цени, се дават със значително по-голям кегел. Отчетливото и значимото в самия текст се изпълнява с получер или курсивен шрифт. Думи-символи като: *най-голям, най-вкусен, водещ, първи, изключителен, шокиращи отстъпки, невероятни цени, промоция, много подаръци, само, единствено и т.н.*, са предпочитани при стилизирането на рекламния текст в най-важната му част, свързана с убеждаващата комуникация. За да се избегне претоварването с текстове, максимално се използват познати от добрите оформителски традиции трикове като даване на повече въздух, т.е. бели



Реклама на в. „Сега”, 11 декември 2003, (в същия вестник) пространства между отделните текстови компоненти, поставяне на цветни фонове (подложки), цветни рамки, печтане на заглавията в различни цветове, използване на дупчени(бели) букви на черен или цветен фон, даване на логото в цвят, различен от този на текстовете и др. Целта е една – постигане на максимален ефект с включване на богат арсенал от основни и по-мощни средства – лексикални, орнаментни, илюстрационни, цветови. Добре направената reklama носи полза не само за рекламодателя; тя донася нови поръчки, нови ангажименти, а заедно с това изгражда имиджа на периодичното издание, става мерило за професионалните възможности на редакционния и дизайнерския екип.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Бургуджиев, Атанас.** Симфония на цветовете. Варна, Стено, 2002. 232 с.
- Вълканова, Веселина.** Графичен дизайн. С., СУ Кл. Охридски, 2001. 8–10.
- Георгиев, Лъчезар.** Книговедски студии и статии. В. Търново, Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2003. 160 с.
- Доганов, Димитър и Ференц Палфи.** Рекламата каквато е. С., Princeps, 2000. 360 с.
- Илчев, Иван.** Рекламата през Възраждането. С., Акад. изд. М. Дринов, 1995. 218 с.



### ОЩЕ НЕЩО ЗА КНИГОИЗДАТЕЛЯ ГЕО МИЛЕВ

доц. д-р Алберт Бенбасат

Общоизвестният и сравнително пълно изследван период от живота на Гео Милев, свързан с редактирането и издаването на библиотека и списание „Везни“, напоследък се обогати с един нов документ. Става дума за съставения от писателя Проектоустав на замисляното, но неосъществено „Акционерно дружество за книгоиздателство“<sup>1</sup>. Фактът не е безизвестен; сведения за него намираме в спомените на Пенка Касабова (вж. Гео Милев, Христо Ясенов, Сергей Румянцев в спомените на съвременниците си. С., 1965, с. 62), както и в едно Гео-Милево писмо до Кирил Кръстев от 25. VI. 1922 г. (вж. Г. Милев. Съчинения. Т. 3. С., 1976, 392–393). Откриването и обнародването на ръкописа обаче поставя изискването да разгледаме изложената там идея в контекста на цялостното – едва десетина годишно, ала изключително плодотворно-културно присъствие на автора му. Тук, естествено, ние ще се ограничим само с дейността на книгоиздателя Гео Милев.

Струва ми се, че към тази своя голяма цел – създаването на авторитетно и независимо издателство – писателят е вървял през целия си творчески живот. Нека припомним: още като ученик в Стара Загора той „издава“ ръкописни вестници, които собствено-ръчно списва и илюстрира. През 1910 г. се появяват и два негови ръкописни сборника – „Звезда“ и „Изкуство“, а през 1911 „Сборник „Изкуство“. Книга втора“. И тези първи стъпки не могат да се нарекат любителски; те издават наличието на усет към книжното съдържание и оформление, на естетически вкус, твърде зрял за 14–15-годишно момче.

Вече ориентиран към модернизма и засвидетелствал пристрастието си към видни негови представители, през 1915 г. Гео Милев започва уникналната си поредица „Лирични хвърчащи листове“, където са представени „Иродиада“ от Ст. Маларме (1915, 15 с.), „Преображенята на Венера“ от Р. Демел (1915,

15 с.), „Четири поеми“ от Е. Верхарн (1915, 16 с.), „Мистични разговори“ от Фр. Нище (1915, 15 с.). Има нещо ренесансово и месианско в тия първи професионални издателски прояви на младия литератор. Забележете, той вече за своя сметка (не без отзивчивата финансова подкрепа на баща му – старозагорския книжар Мильо Касабов) тиражира преводите на любимите си поети, като организира и разпространението им. Знаменателно е и че всеки „лист“ се посвещава на изявен български модернист: Н. Лилиев, Д. Дебелянов, Т. Траянов, А. Стоянов, Н. Райнов. Всичко това говори за старателно обмислен план за приобщаване на публиката към новото (за нашите условия) културно направление, чрез популяризиране произведенията на по-важните му представители и своеобразното им свързване с техните български следовници.

Първата световна война временно замразява книгоиздателските амбиции на Гео Милев. Но в началото на 1918 г., едва оцелял след смъртоносно раняване и намирайки се на лечение в Германия, той от болницата, буквално в „паузите“ между многото операции, започва да ръководи издаването на библиотека, която постепенно ще прerasне в книгоиздателство. Намерено е и име – „Везни“ (заменило първоначалното „Меркур“, което е твърде помпозно, неразбираемо и очевидно копиращо едноименното френско издателство), а средствата, както може да се предполага, осигурява Мильо Касабов.

Не можем да не се съгласим с Кирил Кръстев, който казва, че „Гео Милев със своето издателство в Стара Загора пръв даде тон за една значителна провинциална продукция, която с високото си ниво се наложи скоро и в столицата.“ В съзнанието на Г. Милев книгоиздаването е вид творчество, синтезиращо в себе си много изкуства. Той разбира книгата не само като художествен факт, не и като типографска единица; тя трябва да въздейства комплексно – да доставя наслада и на сетивата, и на духа. Неговите критерии по отношение на съдържателната страна и външния облик на книгата са действително върхови. Той еднакво държи на качеството на оригинала или превода, на хартията, шрифта, корицата, цветните клишета

(пръв именно Г. Милев ги въвежда в детските книжки, като някои от илюстрациите прави сам) и пр. За илюстрация ще цитираме една обява, публикувана в сп. „Везни“ (1920, кн. 11) за негова собствена книга:

*„Жестокият пръстен, първа книга стихове, от Гео Милев, разкошно издание на Везни, Книги за библиофили № 3, двоен печат на холандска хартия с една цветна гравюра на дърво, цена 15 лева.“*

Естетът Гео Милев не търпи компромиси, нему не са присъщи каквото и да било отстъпки и затова между Германия, София и Стара Загора непрестанно пътуват писма, в които баща и син взаимно се убеждават, спорят, уточняват подробностите около някое бъдещо издание. При това на здравата логика и търпеливост на Мильо Касабов, продиктувани от реалните типографски възможности и разплатеното материално състояние на издателството, синът безапелационно противопоставя своите твърди, бихме ги нарекли радикални възгледи за изкуството на книгата. Тук трябва да отбележим, че за формирането на тия възгледи немалка роля е изиграла учението му в Германия. Не случайно в едно от писмата си до М. Кръстев той казва, че от българските писатели единствено Пенчо Славейков бил разбирал от книгоиздаване, подчертавайки, че на това го е научил престоят му в „Липиска“ (Лайпциг). Очевидно при преценката си пишещият е имал предвид Славейковите библиофилски издания на „Етически песни“ и „На Острова на блажените“. Въобще „библиофилията“ е ключово понятие в разбирията на Гео Милев за *культурата на книжната направа*. Сам страстен библиофил, лично негова е идеята и реализацията на специалната серия „Книги за библиофили“, където в разкошни издания се появяват Верхарн, Верлен, Едгар По, негови авторски книги и др. Изгледът на тая серия (най-много се откроява „Поеми“ на Едгар По в превод на Г. Михайлов) би бил поучителен пример и за днешното ни книгоиздаване.

С доста перипетии, най-вече финансови, „ фирмата“ „Везни“ поддържа съществуването си докъм средата на 1919 г. Макар че планът „да се изкарат в самото начало маса книги наведнъж, за да се популяризира издателството с 1 замах“ (писмо до Ив. Радославов) не се осъществява напълно, все пак продукция има, при това на завидно съдържателно и полиграфическо ниво. Освен „модерни“ писатели, здравият усет към непреходното диктува в библиотека

„Везни“ да се пускат и класически образци: „Хамлет“ на Шекспир, „Поетическо изкуство“ на Баоло, „Клавиго“ на Гьоте (и трите в превод на Гео Милев). Поради растящият недоимък и дълг на „Везни“, „главният редактор“ решава да започне издаването и на списание (1919 г.), което чрез вносите на абонатите си ще го подпомогне. Или, казано на днешен език, издателят е бил наясно с рекламно-маркетинговия подход.

Със сп. „Везни“ обаче Гео Милев иска да реализира и друга своя мащабна амбиция: основаването на печатен орган, който да групира българските модернисти, налагайки на наша почва новите направления (експресионизъм, футуризъм, кубизъм) в изкуството. И в това отношение изданието изиграва неоценима роля – успоредно с родните и преводните литературни творби и статии там се публикува и богат илюстративен материал – Оскар Кокошка, Едуард Мунк, Марк Шагал, Егон Шиле, Густав Климт и др. Но що се отнася до влога в счетоводните книги, намеренията на редактора са изъргани. За това свидетелстват множеството промени в периодичността на списанието (от двуседмично то става месечно, а често и закъснява), както и настойчивите подканния към абонатите за неиздължени суми. Пословично упорит и всеотдаен в работата си, Гео Милев не спира „Везни“ до края на 1922 г. Поривът му да обнови литературата и изкуството е толкова силен, че може би за първи и последен път в живота си той се решава на компромис – през третата си годишнина списанието излиза на отчайващо лоша хартия и в неугледен формат.

И тъкмо тогава (1921 – 1922 г.) у Гео Милев ще е узряла идеята за основаване на акционерно дружество, което със своите капитали и дивиденти ще дойде на помощ на списанието. Че такива са били намеренията на редактора потвърждава споменатото писмо до Кирил Кръстев, представляващо всъщност циркуляр, изпращан до по-редовните абонати и ценители на „Везни“. В документа се говори и за увеличаване на наличните средства, и за възобновяване на предишния („на първата годишнина“) вид на списанието, а даже и за подобряването му; излагат се също проекти за „издаването на ценни и изящни по вид книги (преводни и оригинални)“.

Все по същото време Гео Милев ще е изработил и публикувания тук „Проектоустав“, в който конкретно са посочени целта и програмата на бъдещото

книжковно обединение. Няколко са опорните пунктове, на които трябва да обърнем внимание. На първо място какво ще се издава. Предвиждат се два вида книги: „малка, спретната и красива по външност библиотека“ от „известни български и чуждестранни автори“ и „луксозна“ „серия книги на избрани произведения“. Бъдещото АД иска да се занимава и с отпечатването на репродукции, да има собствена книжарница (вероятно се визира старозагорската книжарница на М. Касабов, но възможно е да се мисли и за софийска), както и собствена художествена галерия. (Очевидно Г. Милев е имал предвид наемането на специален салон, тъй като първата и единствена изложба, организирана от сп. „Везни“ е била експонирана в дома на редактора.) Много съществен момент представлява предвиденият процент от печалбата, който да послужи „за образуване фонд за подпомагане български писатели“, сътрудници на „Везни“. Тук особено е набледнато върху организирането на тия сътрудници – явно с намерението въпросното „дружество“ или „кръжок“ да стане ядро на движението за обновление на изкуството.

За мащабността на начинанието говори както изброеното, така и многократното позоваване в „Проектостава“ на две от тогавашните най-значителни кни-

гоиздателства – „Хемус“ и „Александър Паскалев“. Сигурно няма да сгрешим, ако предположим, че Гео Милев е искал да създаде водещо издателство, което да конкурира и даже да засенчи тия две авторитетни институции. А с директора на „Хемус“ Христо Хаджиев той подържа тесни контакти и явно се учи от него. От друга страна, развивайки собствените си идеи, той решително „обезпечава“ бъдещата си фирма с основен капитал от един миллион лева, който е смятал да събере от акционерите, като пусне в обръщение хиляда акции (числото е поставено в скоби, което ще рече, че не е доуточнено). Знаейки, че за онова време такава сума е била – меко казано – твърде голяма, нищо чудно, че хубавият замисъл остава само в зародиш. Но според нас неосъществяването му седължи преди всичко на антикомерческата природа на Гео Милев. В лицето на вероятните си акционери той е изглеждал като личност ексцентрична, непрактична и проповядваща идеи, които са чужди на техния прагматичен дух. Те не биха могли да имат неговото съзнание за културна мисия в живота. Или както се изразява в спомените си Пенка Касабова: „Тези, които имаха капитал и можеха да бъдат акционери, се интересуваха от издаването на учебници, на речници и книги, от които могат да имат големи и бързи печалби.“

## ПРОЕКТОУСТАВ НА „ВЕЗНИ“ Акционерно дружество за книгоиздателство<sup>2</sup>

### *I. Название, седалище и срок*

Чл. 1

Основава се със седалище в гр. София акционерно дружество под название

„ВЕЗНИ“

Акционерно дружество

за

Книгоиздаване

по френски: „Vezni – Societe d’Imprimerie par Action“

по немски: „Wezni – Verlags-Aktien-Gesellschaft“

което се управлява по настоящия устав.

Чл. 2

Горното дружество ще трае от деня на зарегистрирането му от надлежния компетентен съд до 1 януари (1951) година.

II.  
ЦЕЛ  
Чл. 8

Целта на дружеството е да повдигне и развие вкус у българската читаша публика към хубавата по вътрешно съдържание и по външност книга, както и към живописта и гр. изящни изкуства, като за това то си служи с:

1. Предприемане издаването на малка, спретната и красива по външност библиотека от избрани литературно-художествени произведения на известни български и чуждестранни автори, в превод от известни добри български преводачи;
2. Издаването в луксозен и изискан вид на серия от книги на избрани произведения от;
3. Репродукции.
4. Книжарница.
5. Салон за изложби.

*КАПИТАЛ*  
Чл. 4

Капиталът на Дружеството е един милион (1 000 000) лева, разпределени на (хиляда).....акции на приносителя от по..... лева всяка една, и номерирани от 1 до.....x

Капиталът може да бъде увеличен и до три милиона (3 000 000) лева – на няколко пъти по части, или наведнъж изцяло – по решението на Управителния съвет на дружеството (Общото събр[ание] на акционерите). В такъв случай право на предпочтение при новата погниска имат: основателите на Дружеството и след тях старите акционери.

[Първите.....акции, номерирани от 1 до.....включително, съзадени за основателите и наречени основателни акции, дават право на тантиемите, предвидени в Чл.....от настоящия устав и на тантиемите, предвидени за всички акции]

*Внесеният от основателите капитал може да бъде и в книги, издадени от досега съществуващата книгоиздателска фирма „М. Касабов – Стара Загора – библиотека“ „Везни“, – в права и имуществени блага, както и в други книжни материали и произведения, – в оценка, – които биха послужили за предвидената в чл. 3 от настоящия устав цел на Дружеството.*

Чл. 5

При подписването на акциите се внася тридесет на сто (30%) от дружествения капитал, а остатъкът от 70% – изцяло наведнъж, или по части – според решението на Управителния съвет.

Срещу първия внос от 30% ще се издават временни разписки, които ще се заменят с акции на предявителя отпосле, когато бъде внесена най-малко.....% от номиналната им стойност, като всяка последуща вноска се отбележва върху акцията.

Всяко забавяние на вноската носи в полза на Дружеството 8% годишна лихва, считана от деня, определен за вноската, без никакво предупреждение.

Онзи акционер, който не изплати исканите вноски и след като бъде поканен да направи това – Чл. 177 от Търг[овския] зак[он] – губи правата си по акциите, които се унищожават и, вместо тях, се издават (други) нови със същите номера. Последните се продават по текущия курс, като от получените суми от продажбата им 50% се връща на нередовния първопримеждал-акционер, а остатъкът се записва на приход в редовния запасен фонд на Дружеството. Ако в продължение на 3 години неизправният първопримеждал на унищожените акции не подири приспадащата му се 50% част от продажбата на новоиздадените, на мястото на унищожените, нови акции, то и останалата част се записва в полза на редовния запасен фонд.

Всяка акция, която не носи редовна уговорка, че изисканите се вноски са били изплатени, престава да бъде търгуема и не ѝ се плаща дивидент.

В случай на изгубване или унищожаване на една или няколко акции, акционерът трябва веднага да уведоми писмено Управителния съвет на Дружеството, като посочи номера на изгубените или унищожени акции. Съветът прави за сметка на акционера предвиденото в чл.....обнародване, и ако след 3-годишен срок, тия акции не бъдат представени в Дружеството, той издава на акционера, на мястото на изгубените и под същите номера, нови акции, заедно с купоните за дивиденти за идущите години. Освен това, Съветът може да разреши да се внесе на акционера, без лихви за закъснение, стойността на годишните дивиденти, раздадени от деня на поменатото по-горе обнародование.

Изгубените акции, както и техните купони се обявяват за погасени и унищожени, и разноските по това обнародване са за сметка на акционера.

## Чл. 6

Когато дружественият капитал се увеличи съгласно Чл. 2 от настоящия Устав, Управителният съвет определя условията по емисията на новите акции, които не могат в никой случай да се издават под номиналната стойност.

## Чл. 7

Всяка неделена акция носи номер по ред, печата на Дружеството и подписа, ръкописен или поставен с клеймо, на глава от членовете на Управителния съвет. Към всяка акция се прилагат купони за дивиденди, както и талон за издаване на нови такива; към последните се прилага втори талон със същото предназначение.

Формата и съдържанието на акциите, на купоните за дивиденди и на талоните се определят от Управителния съвет.

*Всяка акция има право на съразмерна част върху дружествения актив и дружествените печалби, според настоящия устав.*

Акционерите отговарят само до размера на направените от тях вноски по акциите.

Примеждаването на една акция предполага по пълно право приемането на дружествения устав и решенията на общото събрание.

## УПРАВИТЕЛЕН СЪВЕТ

## Чл. 8

*Дружеството се управлява от един съвет, който се състои най-малко от трима, а най-много от пет членове, избрани от общото събрание за един срок от три години и винаги преизбирами.*

Членовете на първия Управителен съвет се назначават от основателите също за срок от три години.

Ако вследствие на смърт, оставка и пр., числото на членовете на Управителния съвет се намали на по-малко от три, то Съветът сам назначава на вакантните места други лица измежду акционерите, които представя за утвърждане в най-близкото Общо Събрание (редовно или извънредно). Мандатът на тия членове не може да трае повече от онзи на членовете, които са заместили.

(в уст[ав] Хемус стр. 8)

.....  
.....  
.....

## Чл. 9

(Остава чл. 9 от устава на „Хемус“ – смр. 8)

## Чл. 10

[Остава чл. 10 от У[става] Хемус като от ред 19 на страница 9 до 25 ред се изменя: „Чисто техническата, редакционна и художествено-издателска работа Управителният съвет възлага на един назначен от него редакционен комитет, в който, като делегат, участвува и един от членовете на Съвета, които се определя за тая му служба специално месечно възнаграждение.“]

.....  
.....  
.....

## Чл. 11

(Същият чл. 11 Устава на Хемус стр. 9)

Чл. Чл. 12, 13, 14 и 15 = Чл. Чл. 12, 13, 14 и 15 от Хемус)

## ПРОВЕРИТЕЛЕН СЪВЕТ

## Чл. 16

Остава Чл. 16 от У[става] Хемус, стр. 11-12, както е поправен, като се прилага за III ал. I чл. 28 стр. 11 от Устава на АЛ. Паскалев.

*ОБЩО СЪБРАНИЕ*

Чл. 17 – Чл. 24 вкл. = остава Чл. Чл. 14-24 вкл. тези от Хемус както са поправени.

*РАВНОСМЕТКА*

Разпределение на печалбите, запасен и други фондове

Чл. 25 – Чл. 26 остават същите на Хемус, като в Чл. 26 от началото на 18 стр. се измени разпределението на чистите печалби и се определи да става само *ПРОЦЕНТНО* се добави % за образуване на фонд за подпомагане български писатели – сътрудници на книгоиздателство аку[ионерно] г-во „Везни“, които ще се връчват тях след като се организират във форма на Д-во, Кръжок или друга форма и упълномощят офиц[иално] лице, което да получава тия суми (плюс % удръжка за хонорарите им). Начина, по който ще става предаването се определя в особ[ен] правилник за лит[ературни] възнаграждения със суми, изработен от Управ[ителния] съвет съвместно с рег[акцията].

Чл. 27 = Чл. 27 Хемус

*ПРЕКРАТИЯНЕ НА ДРУЖЕСТВОТО И ЛИКВИДАЦИЯТА МУ*

Чл. 28 = на Чл. 28 Хемус само 1-вото изречение.

Чл. 29.

Ликвидацията на Друж[еството] се извършва може по Търг[овския] закон, като след окончателното ликвидиране собствеността на фирмата остава в полза на М. Касабов от Ст. Загора или на негов[ите] наследници.

*ПОДПИС НА ФИРМАТА*

Чл. 30

(остава Чл. 4 от Устава на Хемус както е поправен и като се измени със съответните служебни титли, които ще се предвидят в книгоиздателство Везни).

*ОБНАРОДВАНIE*

Чл. 31 =

(Чл. 34 от Устава на книгоиздателство Ал. Паскалев)

Чл. 32 =

(Чл. 29 ус[тав] Хемус)

*ОБЩИ РАЗПОРЕЖДАНИЯ*

Чл. 33.

(= Чл. 29 ал. 2 от У[стах] Хемус)

Чл. 34

(= Чл. 38 У[стах] Паскалев)

*Край*

**БЕЛЕЖКИ**

<sup>1</sup> Ръкопис, с черно мастило, написан върху тесни дълги листа (шпалти). Съхранява се в Националния музей на българската литература. При публикацията са запазени стилът, правописът и оформлението на оригинала.

<sup>2</sup> Върху ръкописа има множество поправки и зачерквания. При публикацията те са взети под внимание, като се дава последният авторски вариант. Съкращенията са отбележани с квадратни скоби.



### ИЗДАНИЕ ОТ ЕВРОПЕЙСКА ВЕЛИЧИНА

**“Българска книга” (София, г. I, кн. I-V, януари – септември 1930) –  
двумесечно списание за библиография, библиотекознание и по книжарски Въпроси,  
редактор Тодор Боров, издател Т. Ф. Чипев**

**доц. д-р Петър Парижков**

То е извикано на живот от нуждите на българската библиография и от стремежа да се подпомогне развитието на книгата в не твърде благоприятните условия на нейното създаване и разпространение.

„Идеалната, крайната цел на БЪЛГАРСКА КНИГА е – да служи, да проправя пътя на значителната българска книга – се казва в уводната програмна статия на кн. I. – Ние знаем при това рамките, в които трябва да се движим, знаем до къде се простират възможностите ни: не ние ще създадем значителната книга, ние ще се мъчим само да ѝ създадем условия – да се създаде и да се прояви. И смятаме, че ще постигнем това най-добре чрез библиографията, взета в най-широк смисъл на думата – като грижа въобще за книгата, като библиокритика: външна и вътрешна страна, връзка между книгите и история на книгата. БЪЛГАРСКА КНИГА няма да бъде само библиография, а и библиокритика“<sup>1</sup>.

В същия дух авторът изтъква, че освен задоволяването на чисто научни интереси в библиографията списанието си поставя и редица практически задачи. „Българската книга – пише той – няма стабилна база, основите ѝ не са окончателно затвърдени; тя се нуждае от насочване в правилен път – външно и вътрешно – и от редовен контрол. У нас няма нито съюз на издателите, нито достатъчно стабилни книжарници, нито сигурен пазар. И затова постоянно сме свидетели на катастрофи и на неочеквани коренни промени в областта на книжната продукция. Затова е нужно координиране на пръснатите засега усилия на обществено-культурните и професионални организации, които работят в областта на книгата. БЪЛГАРСКАТА

КНИГА ще се постави напълно в услуга при разрешаването на тия назрели практически задачи“<sup>2</sup>.

Тази мисия е трудно изпълнима. Двумесечното списание за библиография и библиотекознание „Българска книга“, макар и да си поставя амбициозни задачи, „в сегашния си вид ще трябва все пак да се справя с интересите и желанията, пък и с възможностите на един частен издател, който без друго жертвува извънредно много за създаването на списанието“<sup>3</sup>, докато в чужбина подобни издания се уреждат от държавни или обществени институти. В случая краткия си живот „Българска книга“ дължи на меценатството на един от най-изтъкнатите и заслужили ратници в полето на родното книгоиздаване и книжарство Тодор Филипов Чипев (1867 – 1944) и в това отношение трябва да му се отдае дължимото.

Бъдещият профил на списанието е замислен с оглед да задоволява интересите на широк кръг читатели и ценители на българската книга, т. е. то не е затворено в себе си академично издание. „В този смисъл – се казва в програмната статия – днес едно добре направено библиографско списание интересува не само специалистите, а еднакво економиста и литератора, политика и учащия се, кабинетния учен и практическия деец. Но преди всичко то е неизбежно за всички лица и институции, които имат връзки с книгата: писатели, издатели, книжари, библиотеки, читалища и научни институти“<sup>4</sup>.

В продължение на пет броя, колкото трае късият му живот от януари до септември 1930 г., списанието с рядка всеотдайност и последователност изпълнява предназначението си и оставя трайна дира

в летописа на българската книга. Върху страниците му се появяват редица статии, в които се разглеждат въпроси на литературното и научното значение и влияние на книгата, история, издаване, украса, разпространение, антиквариат и редица други. Ще посочим само някои от тях: „Мястото на българската литература“ от Ал. Балабанов, „Международният библиографски институт в Брюксел“ от забележителния български библиограф Никола В. Михов, „Първият български библиограф Иван Василев Шопов“ от изтъкнатия изследовател на нашето културно минало, писател, историк и библиограф Никола Начов, „Непозната книга на Раковски. Анонимна българска брошюра на ромънски“ от Михаил Димитров, „Техника и украса на българската книга“ от Васил Захариев (кн. I), „За писателя и за книгата“ от Ст. Чилингиров, „Да запазим българската книга от преди Освобождението!“ от В. Миков (кн. II), „Българската преводна литература“ от Д. Б. Митов (кн. III), „Какво е библиография и каква трябва да бъде тя. – Кратки бележки по теорията и практиката на библиографията“ от забележителния руски книжовед, библиограф и писател Н. А. Рубакин (кн. III–IV) и др. Редовно във всеки брой се публикуват книгопис на нови издания, подреден в раздели, отзиви за книги, критика, рецензии, новини от страната и от чужбина и пр.

Като трайна тема се налагат организацията на книгоиздаването и книготърговията в СССР, библиографската работа и пропагандата на книгата в Съветска Русия. В кн. I е публикувана статия за Централната книжовна палата на РСФСР и нейната дейност – всъщност реферат на проф. Н. Ф. Яницкий, библиотечен директор, изнесен пред 25-ия конгрес на немските библиотекари в Кьонисберг през май 1929 г. Макар и малка по обем, статията дава достатъчно изчерпателни сведения за структурата и обхвата на дейност на това голямо научно учреждение. В кн. II Иван Дуйчев помества портрет със задълбочен анализ на разностранната и изключително плодотворна откривателска научна работа на Николай А. Рубакин. С голяма стойност е и публикацията „Научните издателства в Съветска Русия и в другите страни“, преведена от книгата на Г. И. Поршнев „Этюды по книжному делу“, Москва, 1929 (кн. III). С подобен аналитико-познавателен характер се отли-

чава и обширната статия „Организация и дейност на ГОСИЗДАТ“ от Др. Каменов (кн. IV–V).

Като прокламира още в уводната статия в кн. I, че ще бъде в услуга и на книжарите, списание „Българска книга“ отделя немалко страници и на въпросите на книжарството, както в исторически, така и в съвременен аспект. Още в кн. I в бележката си „Към по-хубава книга“ Сирак Скитник се спира на въпроса за по-доброто художествено оформление на книгата, което да привлече купувача. В другите производства се полагат значителни усилия, за да се изработят предметите по-красиви и по-примамливи. „Търговецът на книги – сочи той – не само че не може да избегне тоя общ стремеж в производството, но е длъжен да се съобразява с един още по-добре възпитан вкус, основан вече на традиции, на специални разбирания, на чисто художествени изисквания. У нас твърде късно дойде грижата за вънкашната убеденост и украса на книгата, въпреки че и у нас не от вчера датира култът към художествената украса на книгата. За това достатъчно говорят старите наши ръкописи, тъй търпеливо и любовно украсени от самоуци майстори<sup>5</sup>. Авторът изтъква голямата роля в това отношение на художника при оформлението на книгата – външно и с вътрешни илюстрации. Като пример на външно изискана книга Сирак Скитник посочва редица издания на Т. Ф. Чипев и особено за децата, например „Малки песни“ на Дора Габе с великолепните илюстрации на Илия Бешков. „Същото усърдие – продължава той – да се даде хубава одежда на книгата проявява издателството на Т. Ф. Чипев и към изданията си за възрастни: „Стихотворения“ – Димчо Дебелянов, „Зидари“ – П. Ю. Тодоров, „Бай Ганъо“ – Ал. Константинов и пр.“<sup>6</sup>.

Основателна тревога за съдбата на родната книжнина бие статията на В. Миков „Да запазим българската книга от преди Освобождението!“ (кн. II), затова на нея ще се спрем по-подробно.

Посочвайки прекрасните възрожденски традиции в издаването на българските старопечатни книги, чието начало поставя „Кириакодромион (грц.), сиреч Неделник“ на Софоний Врачански (1806), авторът не отминава и приноса на книжарите в условията на идото за разпространението на печатното слово, за духовната пробуда на народа. Изтъкната е тяхната самозабвена, самопожертвувателна служба на отечеството. Водени не от търговски интерес, а

изключително от родолюбиви стремежи, „почти всички стари наши книжари са умрели като последни бедняци“<sup>7</sup>. В. Миков сочи примера на Пенчо Радов и Георги Дончов от Карлово, на Хаджи Найден Йоанович Татарпазарджичанина – „учителя и книгопродавца на сичката Славеноболгария“, както сам той се титулува, на Христо Г. Данов, Драган В. Манчов и др. Изтъкнато е и делото на Никола Каракоянов, печатар, издател и книжар, пренесъл през 1828 г. първата типографска преса в България, печатал щампи и книги, открил своя книгопродавница в Самоков. Авторът с горчивина констатира, че това скъплощенно книжовно богатство, създадено от титаничните усилия и жертва на плеядата скромни и всеотдайни труженици на словото, в условията на свободна България престъпно и с лека ръка се унищожава. Недвусмислено и ясно е посочено, че дълг на българските книжари е да издирват и съхраняват за поколенията старопечатни български книги, периодични издания и вестници, т. е. да се запази националната памет за бъдещето.

Жив е примерът на миналото, което наред с титаните на нашето Възраждане извайва фигуранте и на цяла кохорта от апостоли на българската книга – книжарите. Образа на един от тези забравени труженици възкресява Никола Начов в задълбочената си научна студия „Хаджи Найден Йоанович“, отпечатана в кн. IV–V. Върху сувория фон на епохата той рисува с еди щрихи образа на тогова, когото сам проф. Иван Д. Шишманов нарича „пръв наш книгопродавец“. Проследявайки митарствата на издателя и книжаря, Н. Начов прави тънък и проникновен анализ на всичките му книги, които „вечно ще напомнят за него на грядущите поколения и за скромния деец за народна пробуда и просвета“<sup>8</sup>.

Интересни статистически данни и наблюдения съдържат двете статии на д-р П. Н. Орешков – „Българската книга през войните (1912 – 1918)“, отпечатана в кн. III, и „Българската книга след войните (1919 – 1928)“ – кн. IV–V. Посочва се печалната участ на българската книга, особено през 1916 г., когато броят на издадените заглавия спада на 380 при 1277 през 1912 г. – „по-печална дори отколкото през зловещо завършилата се 1918 г.“<sup>9</sup>, когато са издадени 818 книги. В следвоенния период има чувствително увеличение на книжковното производство – от 1583 заглавия през 1919 г. на 2530 през 1928 г.<sup>10</sup>

Облик на ценно помагало за книжарите придава на списанието публикуването на реклами за новоизлезли книги на отделни издателства и книжарници, особено на Т. Ф. Чипев. „Най-богат избор от книги при Т. Ф. Чипев“ – съобщава кн. I. В същия брой са поместени още две реклами за него: „Всяка новоизлязла книга ще намерите веднага в книжарница Т. Ф. Чипев – София. Приемат се поръчки и по телефона. В книжарницата се записват абонати за всички български списания. Доставка на чужди книги на всички езици“, а в другата реклама – „Т. Ф. Чипев – София. Книгоиздателство. Книжарница. Централа за разпространение на българската книга с отдел Старопечатни български книги“, се посочват най-новите издания на Боян Пенев, Алеко Константинов, Д. Дебелянов, П. Ю. Тодоров и др. Това се повтаря и в другите книжки на списанието. Виждаме, че рекламата е неразделна част от модерно организираната за времето си издателска и книжарска дейност. В същата кн. I на задната корица е отбелоязано, че Книгоиздателството и книжарницата на Т. Ф. Чипев, основани през 1891 г. (следователно – реномирани), освен че издават български автори, сп. „Картина и приказка“ с редактор проф. Николай Райнов, сп. „Българска книга“, преводна литература – Библиотека „Класически писатели“, учебници, ръководства, речници и др., държат на склад книги от всички български издателства, както и издания на редица ведомства и културни институти, а също че предлагат на своите клиенти и каталоги.

В списанието рекламират своята продукция и Книгоиздателство „Хр. Г. Данов“, Книгоиздателство „Хемус“, Кооперативно книгоиздателство „Акация“, Книжарница и книгоиздателство „Ясная поляна“, Книгоиздателство „Ст. Атанасов“ – всички от София, и др.

Как е изглеждало списанието през погледа на неговите съвременници?

В кн. III редакторът е имал щастливото хрумване да събере и публикува на едно място „Отзви за Българска книга“. „Най-важното, най-голямото, най-хубавото до сега българско списание“ – произнася се авторитетно за него проф. Ал. Балабанов<sup>11</sup>. „БЪЛГАРСКА КНИГА показва и доказва още с първата си книжка, че е живо списание, защото всичко в него, дори и обявленията (отлично наредени), се чете с интерес“ – се провиква от страниците на своя „Лите-

ратурен глас“, бр. 64 от 1. III. 1930 г., Д. Б. Митов<sup>12</sup>. Изтъкнатият български литературен историк и критик припомня думите на проф. Ал. Балабанов, казани за редактора и поставени като мото на неговата статия „Мястото на българската литература“: „Тодор Боров е одухотворител на българската библиография. Нему посвещавам тия мои размишления с радост и с дълбоко упование, защото ясно предвиждам какво може той да направи за българската литература със своите образцови работи“<sup>13</sup>.

Пророчески думи!

Целия си дълъг и плодотворен живот проф. Тодор Боров (1901 – 1993) посвещава на българската книга. Продължавайки делото на Никола Михов, той има големи заслуги за развитието на библиографията и библиотечното дело у нас и сам е автор на редица ценни трудове по тези проблеми – „Българската книга“ (1935), „Книги, библиотеки, библиография“ (1941; 2 изд. 1947), „Пътят към книгите“ (1942), „Хр. Смирненски. Препоръчителна библиография“ (съвм. с Е. Иванова) (1953), „Чехов и България“ (1955) и др.

В богатото му научно и книжовно дело трайна диря оставя списание „Българска книга“ – както с безспорните си заслуги към библиографията, така и с интереса към благородното поприще на българските книгоиздатели и книжари.

## БЕЛЕЖКИ

<sup>1</sup> Боров, Т. „Българска книга“ и българската книга. I. – Българска книга, 1930, кн. I, с. 1.

<sup>2</sup> Пак там, с. 3.

<sup>3</sup> Пак там.

<sup>4</sup> Пак там, с. 4.

<sup>5</sup> Пак там, с. 63.

<sup>6</sup> Пак там, с. 64.

<sup>7</sup> Пак там, 1930, кн.

<sup>8</sup> Пак там, 1930, кн. IV-V, с. 378.

<sup>9</sup> Пак там, 1930, кн. III, с. 263 и 267.

<sup>10</sup> Пак там, 1930, кн. IV-V, с. 379.

<sup>11</sup> Пак там, 1930, кн. III, приложение, с. 1.

<sup>12</sup> Пак там, с. 7.

<sup>13</sup> Пак там, 1930, кн. I, с. 5.

## Университетско издаватство „Св. св. Кирил и Методий“



### НАШИТЕ НАЙ-НОВИ КНИГИ

¤ Милен Михов. С кръст и меч

¤ Мария Иванова. Родството по сватовство у българите

¤ Философия и етика (авторски колектив)

¤ Вергиния Василева. Практически упражнения за изучаване на акордеон

¤ Ценка Иванова. Щрихи към балканския Вавилон. Българско-сръбски книжовноезикови отношения XVIII – XIX век

¤ Съвременните постижения на филологическите науки и университетското обучение по чужд език (авторски колектив)

¤ Мария Калицин, Красимира Мутафова. Подробни османски документи за Търново и търновската каза

¤ Лъчезар Георгиев. Управление и маркетинг на книгоиздателската дейност (2. доп. изд.)

¤ Лъчезар Георгиев. Книговедски студии и статии. В контекста на историята и теорията на българското книгоиздаване

¤ Лъчезар Георгиев. Теория на книгоиздателския процес. Аспекти, проблеми, тенденции. 2. изд.

¤ Сашо Марков. Ценностни и ценностни ориентации

¤ Емануил Емануилов. България в политиката на Великите сили 1939 – 1947

¤ Иванка Попова-Велева. Syntaxe française

¤ Език, комуникации, разбирателство. Конгрес на Германистите от Югоизточна Европа (22–24 юли 2000 г.) (авторски колектив)

# Университетско издателство "Св. св. Кирил и Методий"

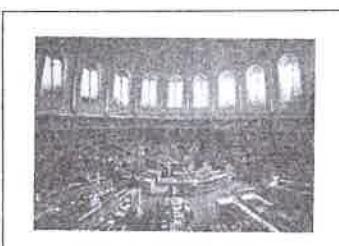
Ценка  
Иванова



## Щрихи към балканския Вавилон

БЪЛГАРСКО-СРЪБСКИ КНИЖОВНОЗИКОВИ  
ОТНОШЕНИЯ ХVIII - XIX ВЕК

Университетско издателство "Св. св. Кирил и Методий" - Велико Търново, 2002



## БИБЛИОТЕКИ ЧЕТЕНЕ КОМУНИКАЦИИ

Недочети на чуждо издаване, Велико Търново - май 2002 г.



Университетско издателство "Св. св. Кирил и Методий" Велико Търново

Милен Михов

## С КРЪСТ И МЕЧ



Университетско издателство "Св. св. Кирил и Методий"  
Велико Търново

Лъчезар Георгиев

## Книговедски студии и статии



Иво Петков

## ДОКУМЕНТИ ЗА НОВАТА ИСТОРИЯ НА БЪЛГАРИЯ XIX – НАЧАЛОТО НА ХХ ВЕК

Българският въпрос в  
международните договори  
Програма за политическо  
самоуправление  
Исания и публицистика  
създаване и мода на българо-  
гръцкия църковен спор  
Устроителни документи на  
пъстванието на българска  
архика

Отношения между българската  
православна църква и  
държавата във времето на  
Речник и  
карти

Университетско издателство  
Св. св. Кирил и Методий  
Велико Търново  
2002

## ВЕЛИКОТЪРНОВСКАТА АЛМА МАТЕР



В  
РАЗВИТИЕТО  
НА  
СЪВРЕМЕНИТА  
БЪЛГАРСКА  
ЛИТЕРАТУРА

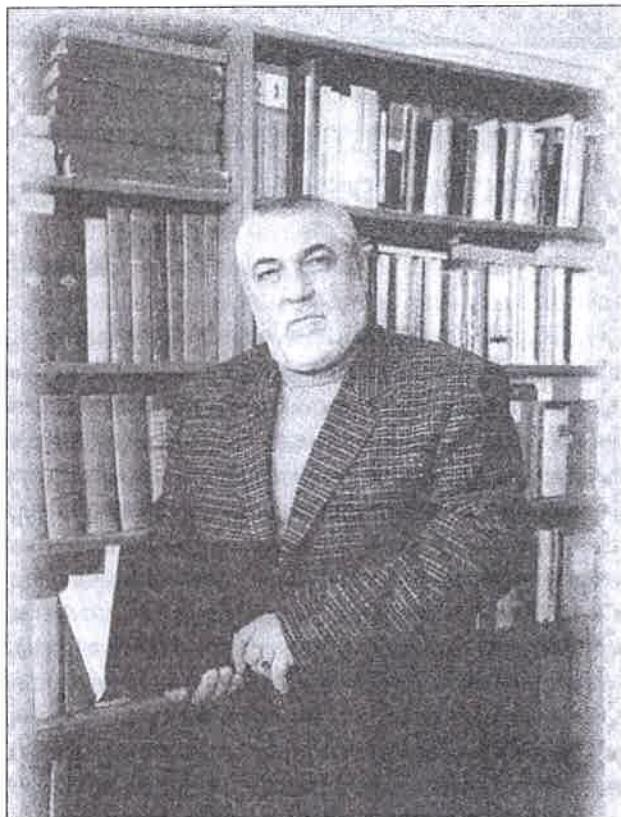
Лъчезар Георгиев  
2003

## ЗА АКАДЕМИК ИВАН РАДЕВ – ЧОВЕКА И ЛИТЕРАТУРНИЯ ИСТОРИК

**доц. д-р Елена НАПБАНТОВА**

Обикновено всеки пишещ бива идентифициран чрез своите книги. Да, и проф. Иван Радев е в своите книги, той е своите книги. Но за разлика от мнозина пишещи, той съвсем не е само своите книги. Той е много повече от страниците под които стои името му. И въпреки че неговите авторски текстове са впечатителни и по брой, и по разнообразие на проблематиката, на мен ми се иска тук да говоря преди всичко за животото присъствие на проф. Ив. Радев в нашия свят – света на част от неговите колеги, на тези, които израснахме край него и благодарение на него. И аз съвсем не говоря за покровителство или помощ, а за неговото стимулиращо присъствие в нашия живот. Защото – това особено добре знаят спринтьорите – скоростта, с която преодоляваш своята отсечка от пътя, зависи и от това, редом с кого я преодоляваш. А скоростта, която проф. Ив. Радев ни даваше през всички тези години, беше наистина увличаща. И не само на нашите дарби и амбиции се дължи фактът на колективното присъствие на катедра „Българска литература“ в публичното пространство на българската култура. През последните 10-12 години катедрата, която проф. Ив. Радев ръководи с тол-

кова такт, наистина се превърна в неизвестен феномен за историята на българската академична наука. Защото наред с личните успехи на всеки един от нас, ние осъществихме толкова много и значими колективни проекти, че наистина създадохме прецедент. Нашите дружни усилия и преданост към словото превърнаха в реал-

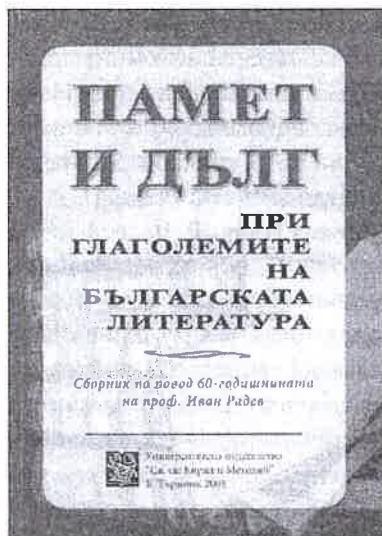


ност такива неотменими за книжовната атмосфера на последните 10 години серии като „Биографии на българските писатели“ в два тома, „Малка ученическа библиотека“ в над 40 тома, „Нова българска библиотека“, „Върхове“, „Литературни анализи в помощ на учениците“ от пети до единадесети клас, „Алманах за учителя“ от четвърти до единадесети клас, „Класиците в училище“. Всяка една от тези серии неизменно носи гриф „под общата редакция на проф. д-р Иван Радев“.

И сега, като се обръщам назад, за да погледна годините, през които съм била близо до проф. Ив. Радев, този спомен за есенния хлад и топлината от съмишленичеството ми е особено скъп. В този спомен струва ми се е целият Иван Радев – и респектиращо сериозен, и респектиращо мъдър, и неотстъпващ от основа, в което вярва и което обича, но и притежаващ ръдък рефлекс за шага или веселие.

*Професорът, на когото нищо човешко не му е чуждо.*

Част от статията, поместена в книгата „Памет и дълг“ посветена на 60-годишнината на академик проф. Ив. Радев





### ПЕЧАТЬ В СЛИВЕН ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО 1944 г.

Таня Станева

Журналистиката на един народ се създава върху основите на обществено-икономическото и културното му развитие. В духовното, стопанското и политическото възраждане на българите Сливенският край заема водещо място. По тези теории българските книги и периодични издания се разпространяват през първата половина на XIX в. Тогава, след значително икономическо развитие, започва разместване на социалните пластове. Наред с тясно свързаната с турския феодален ред чорбаджийска прослойка се заражда и новата – буржоазна класа.

Враждебността на турската власт и на фанариотското духовенство срещу развитието на националната ни печатна книжнина в трите четвърти на XIX век е причина да няма български печатници в Сливенско. Като се има предвид тежката цензура на османската власт върху печата, както и санкциите срещу редактори и дописници, лесно ще се обясни големият брой анонимни дописки от Сливен, Котел, Нова Загора, Жеравна, Градец, особено във вестниците на Г. С. Раковски, Хр. Ботев и Л. Каравелов, а и подписаните с псевдоними статии в цариградските български вестници.

Появата на първия вестник в Сливенския край е свързана с читалището и с годината 1871. По това време ученическото дружество „Учтивост“ решава да създаде свой печатен орган. Поради липсата на печатница остава възможността вестникът да се пише на ръка с печатни букви. За редактори са определени 12–13-годишните ученици: Добри Панайотов Минков, Петър Иванов Данчев и Александър хаджи Николов Козаров. Този първи вестник в Сливен е наречен „Светлина“. Малката му програма е непретенциозна. Според нея задачата на вестника е да пръска духовна светлина и просвета сред учениците, сред членовете

на местното читалище и населението, за да ги подготвя за щастливите бъдници на отечеството и да работи за разпространението и сътрудничеството на българския печат.

Ръкописното вестниче „Светлина“ е с информационно съдържание. В него се разглеждат и въпроси от текущ книжковно-политически характер. Редакторите му редовно поместват рубрика „Хроника“ и дискусационни филологически бележки. От вестник „Светлина“ излизат около 10 броя – по един седмично. Той се излага на прочит в читалището и в църковното кафе на църквата „Хаджи Димитър“, като върви от ръка на ръка всяка седмица.

Създателите на първия вестник в Сливен по-късно се изявяват като известни фигури на българската журналистика – сътрудници, издатели и редактори на общественополитически вестници и научни списания.

След подписването на Берлинския договор от 13 юли 1878 г. Сливенският край остава в Източна Румелия. Областта е под праята военна власт на Турция, нейният управител се назначава от султана и тя се ползва с административна автономия. За столица е определен Пловдив, а Сливен е седалище на губерния. Върху развитието на сливенската периодика през този период влияе специфичната икономическа и обществено-политическа атмосфера на автономната област, която е различна от тази на княжеството.

Първоначално в Източна Румелия е валиден турският Закон за печата от 1865 г., но когато председател на Постоянния комитет в Пловдив става Иван Евстатиев Гешов, е приет специален Закон за печата от 2 декември 1880 г., тъй като консерваторите се оплакват от „разюздеността на печата“.

След Освобождението Петко Р. Славейков се установява в Сливен като чиновник за особени по-ръчки при руския сливенски губернатор. Тук той среща подгответни публицисти, познати му от неговата цариградска журналистическа дейност. Славейков успява да осигури подкрепата на руската администрация, за да се уреди печатница и да се издава вестник в Сливен.

Известно е, че по инициатива на Петко Р. Славейков на 3 май 1870 г. в Цариград се основава първото българско печатно дружество „Промишление“. През 1873 г. Петър Карапетров заедно с Петър Дечимиров и печатаря Иван Дочков набавят за дружеството печатница от чужбина. През 1876 г. турските власти затварят Петър Карапетров във връзка с издаването на списание „Ден“ и отношението му към зверствата по време на Априлското въстание, печатницата е закрита, а Петър Карапетров – разорен. След Освобождението, със своя стар познат от цариградските вестници „Гайда“ (1863 – 1866 г.) и „Македония“ (1866 – 1872 г.) – печатаря Иван Дочков, Петко Славейков успява да осигури средства от видни сливналии като: д-р Георги Миркович, д-р Добри Минков, д-р Начо Планински и др., за да закупи и достави печатницата на Петър Карапетров в Сливен и да се започне издаването на вестник „Българско знаме“.

Печатница „Българско знаме“ се намира в старата къща в южната част на площад „Хаджи Димитър“ и е притежание на д-р Георги Миркович. Тя разполага с две английски печатни преси, едната от които с формат 63 на 95, а другата 59 на 84 см. От 1887 г. печатницата „Българско знаме“ става собственост на дружеството „Марко Иванов – Сие“.

Първият брой на вестник „Българско знаме“ излиза на 10 февруари 1879 г. Той е редактиран от Петко Славейков, който след това напуска Сливен, за да участва в Учредителното събрание във Велико Търново. Но около вестника той успява да обедени сътрудничили на предосвобожденският печат опитни и талантливи журналисти – д-р Добри Минков, д-р Георги Миркович, д-р Начо Планински, Иван П. Славейков и други.

Първият брой на вестника излиза във формат половинка от 54 на 72, в четири страници. Материалите му са набрани със светъл шрифт и са разположени в четири колони, разделени със светли колонлинии от 2 пункта. Заглавието е наборно. То заема горния ляв край на първите две колони на първа страница. Подзаглавието – „Вестник за политически и книжовни новини“, е набрано с черни букви от тогавашния шрифт с кегел 20 пункта. Под него е пояснено, че вестникът се издава всяка събота. В заглавката, вляво над първата колона, се чете: „Уведомяваме

читателите, че всичко що се отнася до спомоществоваността и управлението на „Българско знаме“ да се отправя до д-р Георги Миркович от Сливен.“ В десния долн край е разположен друг текст: „Цена за година – 15 франка, за 6 месеца – 8 франка, 1 брой – 30 сантима.“

От брой 5 заглавието на вестника графически се изменя. Буквите са афишни, с голем кегел. Заглавието заема вече цялата ширина на първата страница (и четирите колони горе). От брой 2 единичната цена на броя се повишава на 40 сантима. На четвърта страница, най-долу, под линия, е обявено редакционното ръководство: издател – Георги Миркович, редактор – Добри Минков. От брой 6 редакцията променя подзаглавието – „Вестник за политика и книжовност“.

Поради това, че са известни 24 броя от „Българско знаме“, досегашните изследователи на периодичния печат приемат, че последния брой 24 на вестника е излязъл на 21 юли 1879 г. Това възприемат и създателите на анотирания библиографски указател „Български периодичен печат – 1844 – 1944 г.“ (том 1., 1962, с. 149); професор Георги Боршуков в своя труд „История на българската журналистика“ (София, 1965 г., с. 393), и професор Симеон Табаков в „История на град Сливен“ (София, т. 2., 1986). Д-р Борис Андреев в книгата си „Начало, развитие и възход на българския печат“ (том 1., 1946, 13–14) посочва, че от вестник „Българско знаме“ са излезли 27 броя. За това, че твърдението на д-р Борис Андреев може би има основание, налице е още едно доказателство в самия вестник „Българско знаме“. В последния известен на нашата библиография брой 24 от 21 юли 1879 г., в края на подлистника „Американските патриоти“, разположен на вътрешните страници, не е отбелязано „край“, а „следва“. Предполага се, че редакторите не биха допуснали това несъответствие, ако са били убедени, че следващият брой няма да излезе. Можем да предположим, че „Българско знаме“ временно е бил спрян поради някакви извънредни обстоятелства, и да приемем хипотезата, че след брой 24 вестникът е продължил да излиза, но екземпляри от тези броеве не са запазени.

Предположението за излизането на „Българско знаме“ и след 1879 г. се основава и на текста в заглавието на хумористичния в. „Смешлю“, който излиза

от 8 септември 1882 г. до 20 юни 1885 г., гласяще, че редакцията и администрацията на вестника се намират в печатницата на в. „Българско знаме“.

**Програма:** Уводната статия със заглавие „Обявление“ в първия брой на вестника е набрана с получерен шрифт и носи подписа на издателя д-р Георги Миркович. В нея се обявява политическата линия на вестника, който придобива либерално направление, дадено му още от Петко Славейков. Статията се спира на значението на журналистиката за развитието на страната. Авторът изтъква с няколко думи положението на българите в Източна Румелия: „Днеска ние ставаме много – малко свободни и по-независими. С едно слово придобиваме самостоятелно колко-где положение“.

Програмната декларация на вестника е много спокойна. В нея повече се наблюга на информационната функция и тя е духът на политическите умерени, просветителски разбириания на сливенските търговци и занаятчии по време на робството и след Освобождението. Но сътрудниците на вестника още от първите броеве излизат извън рамките на спокойната и неутрална програма. „Българско знаме“ от брой на брой става все по-смел изразител на чувствата, настроенията и стремежите на либерално-демократичната средна и дребна буржоазия, на занаятчийството, на народната интелигенция, на широките градски и селски маси. Вестникът се обявява за обединение на българските земи и българизиране на държавния апарат в областта.

**Редактори и сътрудници:** Редакторът – Добри Петров Минков, е роден в Сливен през 1856 г. Ученик е на Добри Чинтулов. Заедно с връстниците си Петър Данчов и Александър Козаров издава първия сливенски ръкописен вестник – „Светлина“. По-късно той е изпратен да учи в цариградския Робърт колеж. По време на Априлското въстание Добри Минков публикува редица статии в лондонските вестници: „Таймс“ и „Дейли нюз“. След това учи право в Брюкселския университет, получава и научната степен „Доктор на правните науки“. От 1876 – 1877 г. Добри Минков участва като редактор в основания в Цариград от Лафан Ханли вестник „Лефан таймс“ – „Източно време“. През 1881 – 1883 г. д-р Минков, като прокурор в Пловдивския апелативен съд, сътрудничи на вестниците: „Народний глас“, „Южна България“,

„Марица“, както и в списанията: „Наука“, „Знание“, „Дума“. Като главен секретар в Министерството на правосъдието от 1 януари 1889 г. той пише редовно в „Юридическо списание“, а от 1904 г. става негов редактор.

Д-р Минков е известен и като опитен преводач от английски език. Умира на 85 години на 15 април 1940 г.

Издателят на вестника – *д-р Георги Вълков Миркович*, е роден в гр. Сливен през 1825 г. До 1840 г. учи при Сава Доброплодни в Котел, но баща му го спира от учението и го заставя да продава вълна в дюкяна му. По инициатива на д-р Иван Селимински през 1847 г. Георги Миркович бива изпратен в Киевската духовна семинария. Там той учи само една година и след смъртта на баща си заминава да следва в гръцко училище в Кору Чешме – Цариград. След това той постъпва в католическото френско училище в Бебек. От 1851 г. учи в медицинския факултет в град Монпелие – Франция, където завършва медицина през 1856 г. За своите революционни дейности и планове д-р Георги Миркович попада в Диарбекир. Оттам се връща в Сливен след Освобождението. Д-р Миркович активно сътрудничи на сп. „Български книжици“ (1867 – 1868 г.). Той съставя и едни от най-старите граматики – „Българска граматика“ (1860 г.) и „Практическо приготовление за граматиката в основните училища“ (1883 г.). Д-р Георги Миркович умира в град Сливен на 29 септември 1905 г. на 80-годишна възраст.

Д-р Начо Планински е роден в Стара Загора през 1847 г. Завършва медицина в Румъния. След 1870 г. се установява като градски лекар в Сливен, но през 1877 г. е заточен в Диарбекир. След завръщането си през 1878 г. работи като оклийски лекар и инспектор на училищата. Наред с активното участие в изграждането на опълченските отряди от Нова Загора и Сливен, както и в подготовката на Съединението през 1885 г., д-р Планински участва и в издаването на първия сливенски вестник „Българско знаме“. Умира на 7 ноември 1895 г. в Сливен.

Между сътрудниците на вестника трябва да се спомене и *д-р Александър Козаров*. Той е инспектор в сливенското реално училище. Сътрудничи в сп. „Градина“ на Илия Бълков (1874 – 1875) и във в. „Българин“ на Христо Бъчваров (1877 – 1878).

Краткият живот на първия сливенски вестник не намалява голямото му значение за политическото, икономическото и културното развитие на град Сливен, сливенския край и на страната в първата свободна година. След спирането на в. „Българско знаме“ цели две години областта остава без местен вестник. През това време интересите на читателите към вътрешнополитическите и външнополитическите събития се задоволяват от получаваните от Пловдив вестници: „Марица“ и „Народний глас“ и от София: „Витоша“ и „Български глас“ на консерваторите и „Целокупна България“ и „Независимост“ на либералите от княжеството.

От излизането на последния брой на „Българско знаме“ до времето, през което излиза вторият вестник на окръга – „Съветник“ (1881 – 1883, 1890 г.), стават съществени изменения в икономическия и обществено-политическия живот на окръга. Тези изменения налагат своя отпечатък върху съдържанието и политическото направление на журналистиката в сливенския край.

Процесът на разслоение на селяните, започнал след Освобождението, продължава с още по-бързи темпове. При ликвидирането на господарските и чифликчийските земи най-големи територии попадат в заможните селяни. Малоимотните сливналии заемат пари с високи лихви или продават част от имуществото си, за да изкупят земя. Така бързо попадат в крайно тежко положение.

Брой 1 на в. „Съветник“ излиза на 10 декември 1881 г. Издаването му продължава три непоредни години, както следва:

Година I от брой 1 до брой 52 – от 19 декември 1881 г. до 16 ноември 1882 г.

Година II от брой 1 до брой 52 – от януари 1883 г. до декември 1883 г.

Година III от брой 1 до брой 52 – от 8 февруари 1890 г. до 15 декември 1890 г.

През първата година до брой 38 заглавието е набирано с килиграфни букви в готически стил, от брой 39 с черни афишни букви, а от година III, брой 1 – със същите букви, но с декоративен шрифт (с каквито е набирано и заглавието на вестник „Българско знаме“,

а след това и на вестник „Смешлю“). Вестник „Съветник“ излиза всяка събота в четири страници. Заглавието е разположено на почти целия първи горен ред на първата страница. Едногодишният абонамент за областта възлиза на 2 рубли, а извън нея на 2 и половина рубли. Отделен брой се продава по един грош. Вестникът излиза във формат четвъртинка от 70 на 100. По решение на Постоянната комисия от 5 ноември 1889 г. той е бил променен на четвъртинка от 59 на 84.

В излезлия през 1966 г. в София анотиран библиографски указател „Български периодичен печат 1844 – 1944 г.“, т. II, с. 376, № 6981, не се посочват данни за вестник „Съветник“.

Вестникът е организиран по решение на сливенския префект Начо Начев и Постоянната окръжна комисия по предложение на Христо Николов, който става негов отговорен редактор. Поради конфликт с комисията обаче, той напуска през 1882 г. Така броеве 41–43 излизат с редактор д-р Георги Миркович. Редактор на вестника е д-р Петър Данчов, от брой, на година III – Н. Генов, а от брой 12 – Янко Капитанов. Редакцията и администрацията на вестника се намират в Окръжната постоянна комисия, а отпечатването му се извършва в печатница „Българско знаме“ в Сливен. В началото на година I (до края на март) тиражът е 1200, като по-късно спада до 1100 бройки. От 1 април 1882 г. за пласирането на вестника се грижи специално лице – писарят Д. Ахмаков.

#### **Програма:**

Когато говорим за програмата на в. „Съветник“, трябва да се има предвид, че той има два периода на развитие – 1881 – 1883 г. и 1890 г. Те се характеризират със съвсем различна политическа, обществена и икономическа ориентация. Програмата на „Съветник“ е направена от окръжния управител (префект) Начо Начев. В нея се казва, че вестникът ще отделя внимание на „всичко знаменито в политическия и дружествения живот, ще има поглед върху напредъка на стопанството, на науките и изкуствата, на книжовната и търговска работа. Подлистникът ще включва забавно-поучителни членове и тук-таме неговий хуморестическо-бодлив характер ще разсмива читателите и бодящем, ще им мисли

доброто." Вестникът си служи с по-малко заглавия и повече рубрики.

**Първи период:** Като орган на окръжия съвет, вестникът дава информация за заседанията и взетите решения на обсъжданите въпроси. Печата окръжни разпоредби, нареддания и обяви. Материалите са разделени в няколко рубрики: „Окръжни и областни новини“; „Стопански отдел“ – критикува консерватизма и изостаналостта в икономическо и обществено отношение; „Книжовност“; „Разни новини“ – криминални произшествия от областта и окръга; „Външен отдел“ – новини, препечатвани от чужди и български централни вестници. „Съветник“ дава предимно стара информация от Букурещ, Рим, Лондон и Цариград.

Още от брой 1 се въвеждат подлистниците – за метеорологичните въпроси. Вестникът поддържа умеренолибералната партия. В брой 39 е публикуван за първи път фейлетон. В него обект на критика са анонимните крадци – чиновници, и е подписан с псевдонима „Наблюдател“.

**Втори период:** Период на разцвет на Стамболовия режим. Засилва се първоначалното натрупване на капитали в областта. Открити са 47 фабрики, от които 8 са текстилни, 28 – спиртни, 10 – тютюневи и една фабрика за бира. Постепенно „Съветник“ става наследчил на новото капиталистическо развитие. Той се превръща в котериен и партизанстващ чисто икономически вестник. Поради това Окръжният съвет спира издаването му на 15 септември 1890 г. Решението е да излиза до края на годината, заради абонатите, но да не помества политически статии. Последния брой на в. „Съветник“ излиза на 15 декември 1890 г.

Първият хумористичен вестник в областта – „Смешлю“, излиза от 8 септември 1882 г. до 20 юни 1885 г. (156 броя общо). Печатарят Иван Дочеков, ученик на Петко Славейков, организира издаването му в печатница „Българско знаме“ по подобие на в. „Гайда“. Главен редактор на вестника е Георги Гочев, наречен Георги Гайдарят. В оформлението на заглавието на в. „Смешлю“ е използвана за първи път илюстрация. Тя представлява гравюра на глашатай с барабан. На този фон е написано заглавието с ръкописни букви, а вляво от него е набран текст: „вестник „Смешлю“ се смее всяка събота“. Цената му е 2 нови рубли.

### Програма:

„В нашата програма освен правдата, истината, изкореняване на лошите навици и злоупотребление и доброволната лента от джоба на нашите абонати друга помощ, друг извор, другий кокал ние нямаме, затова и целта ни е да се обединим за подобряване на нашата честита бъднина.“

Вестник „Смешлю“ се опитва да дава либерално-демократичен нюанс на своята политическа линия, но тя не се спазва постоянно и последователно във всички броеве. Понякога еднакво строго напада и консерватори, и либерали – дава вид, че е независим, апологически вестник. Редакторите си служат с много разнообразни рубрики: „Дописки на Смешля“ – с кратки и сатирични бележки се описват административни и политически нередности; „Политика“ – разглежда хумористично-сатирични отзиви за външнополитически събития; „Пресни новини“ – хроникират се премествания и назначения в областта; „Телеграми“ – критични бележки от цялата страна; „Тайна коренспонденция на Смешля“ – описва политическия живот на княжеството. Вестникът включва още духовити статии, стихотворения, епиграми, афоризми, фейлетони, кратки вицове и други.

Тези няколко вестника поставят началото на развитието на периодичния печат в Сливенския окръг. Те са последвани от много други вестници и списания, които заслужават да им бъде обърнато по-специално внимание. Това са:

- в. „Работник“ – за земеделие, индустрия и домашна икономия. Излиза от април 1885 до 6 август 1885 г. Негов редактор е К. Желязков. Излиза в печатница „Българско знаме“ в 8 страници;
- „Избирателна борба“ – излиза от 28 юни 1890 г. Защитава едрата сливенска индустрално-търговска и лихварска буржоазия. В него се поместени предизборната платформа на Александър Стамболовски и агитационни материали. Вестникът излиза в 3 броя по 2 страници;
- в. „Народно знаме“ – издава го Окръжното либерално бюро – орган на Либералната партия. Негов редактор е Д. Дулчев. Излиза от 4 до 9 април 1894 г.;

- в. „Сиромашки защитник“ – вестник за еснафи селяни и работници с редактор Ал. Райнов. Излиза през 1894 – 1895 г.;
- в. „Орало“. Излиза от 1894 – 1914 г. Изданието е за земеделие и поминък, негов редактор е Янко Забунов;
- в. „Тракия“ – политически и обществен. Излиза от 1913 до 1914 г. с редактор Ефс. Саваджиян. Някои от първите списания в град Сливен са:
- сп. „Разсъмване“. Излиза през 1892 и 1893 г. с редактор Георги Стаматов;
- сп. „Здравословие“. Издавано от Георги Миркович в печатница „Българско знаме“ от 1893 до 1896 г.;
- сп. „Нова светлина“. Негов редактор е Георги Мирковия. Печата се в печатница „Българско знаме“ от 1891 до 1896 г.;
- сп. „Виделина“. Посветено на душата, ума и сърцето. Негов редактор е Г. Бъчваров. Излиза от 1902 до 1910 г.

#### **Други вестници и списания до 1944 г.:**

- в. „Република“ – от 1899 до 1902 г.;
- сп. „Мисионер“ – с религиозен характер. Православно списание. Негов редактор е Арабаджиев;
- в. „Сливен“ – излиза от 4 януари 1894 до 16 октомври 1901 г. с редактор Петър Папанчев (автор на т. нар. Папанчева прибавка на Закона за печата от 1887 г.);
- в. „Сливенска поща“ – утринен вестник за информация, стопанство и култура. Негов редактор е Димитър Тодоров. Вестникът излиза от 25 ноември 1929 г. до 21 юли 1934 г.;
- в. „Сливенски общински вестник“ – издание на сливенското градско общинско управление. Издава се от 1913 до 1926 г.;
- в. „Дума“ – издава се през 1922 г.;
- в. „Борба“ – издание от 1908 до 1912 г. и от 1926 до 1927 г.;
- в. „Радикал“ – 1913 – 1944 г. Негов редактор е Парлапанов. Вестникът е започнат от група инвалиди в защита на интересите на пострадалите от войните. Той е с променлива политическа

линия. Продължителното си излизане дължи на сливенските фабриканти;

- сп. „Правда“ – излиза от 1913 – 1944 г.;
- сп. „Балканско echo“ – само през 1928 г.;
- в. „Световни новини“ – само през 1931 г.;
- в. „Народен глас“ – издание в периода 1932 – 1934 г.;
- в. „Изток“ – през 1934 – 1935 г.;
- сп. „Сините камъни“ – само през 1939 г.;
- сп. „Наш живот“ – през 1944 г. и други.

Културната история определя Българското възраждане като закъснял в сравнение с Ренесанса процес. Това се обуславя от изолираността на Европейския югоизток, изостаналостта на икономиката и деспотичността на османизма като държавност и религия. През първото десетилетие след Освобождението започва изграждането на печатна база на родна земя. Тя е необходима за новата администрация и просветата. В условията на икономически трудности издателите противопоставят амбиция и воля за издигане на книжовността и утвърждаване на демократична традиция. Журналистиката се явява ефикасен начин за осъществяването на тези цели. Сливенският край, както и останалите части на страната, успява да организира своя печатна база и да реализира важни за историческото време периодични издания, с което дава своя принос в цялостното развитие на българската журналистика.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- 1. Андреев, Борис.** Начало, развитие и възход на българския печат. Т. 1. С., 1946.
- 2. Боршуков, Георги.** История на българската журналистика. Т. 2. С., 1986.
- 3. Иванчев, Д.** Български периодичен печат 1844 – 1944 г. Т. 1-3. С., 1962, 1966, 1969.
- 4. Луков, Георги.** Страници из историята на местния печат. Сливен, Библиотека „Сливенско дело“, 1967.
- 5. Табаков, Симеон.** История на град Сливен. Т. 2. С., 1986.



## ИНТЕРВЮ

### ПЕЧАТНИ ИЗДАНИЯ ОТ БОГАТА КУЛТУРНА СЪКРОВИЩНИЦА

Разговор с главния редактор на издателство

**“Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ Анелия Горанова**

**Ваня Спасова**

Специалност Книгоиздаване на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“

❖ Г-жо Горанова, съвсем наскоро Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ отпразнува 125-годишнината от създаването си. Какво бихте казали по този повод?

– Днешната Народна библиотека заслужено носи името на славянските просветители Кирил и Методий. Тя е един от първите културни институти у нас след отхвърляне на турското иго, когато започва изграждането на новата българска държава. Основана и открита през 1879-79 г., Софийската публична библиотека на 5 юни 1879 г. се превръща в държавно учреждение под името Българска народна библиотека в София.

❖ Кога точно започва нейната издателска дейност?

– Към печатни издания библиотеката пристъпва едва през осемнадесетата година от основаването си, а именно през 1897 г., когато тя издава т.н. „Отчет на Софийската народна библиотека за през 1896 г.“ и „Библиографически бюлетин на книги, списания и вестници“, постъпили в библиотеката през същата година. По-късно преминава към реализация на текущи периодични издания, информационни бюлетини, препоръчителни и специални библиографии, които осигуряват възможности за цялостни проучвания във всички области на знанието. По този начин тя подпомага и насочва дейността на библиотекарите в цялата страна. Издадени са също и едни от на-важните документи от нашето Възраждане, съхранявани в архивните ѝ фондове.

❖ Каква е целта на печатната ви продукция?

– Нашите издания разкриват богатството на фондовете на най-големия културен институт в България, както и книжовната памет на нацията, научните изследвания в областта на ръкописно-документалното наследство – и българско, и чуждо, също и постиженията на библиотечната теория и практика. Цялата издателска дейност на библиотеката се базира на основните ѝ функции на национален методичен център за всички библиотеки в страната и на научен институт по библиотекознание, библиография и книгознание.

❖ Бихте ли посочили някои по-важни издания?

– Приоритетна задача е подготовката и издаването на Националната библиография – текуша и ретроспективна. Чрез нея се представя пълна картина на издадената вече книжовна продукция, като по този начин се посочва приносът на всеки народ в световната културна съкровищница. Тя е справочник от първа величина, еднакво необходима както за научноизследователска, така и за справочно-библиографска работа. Друго важно периодично издание е сп. „Библиотека“, чиято цел е всестранно да отразява проблемите и задачите на библиотечното дело като цяло и дейността на

централните и общеобразователните библиотеки. То е единственото в страната списание за библиотечна теория и практика. За него библиотеката поддържа и страница в Интернет.

❖ Г-жо Горанова, разкажете нещо за вашите електронни книги?

– През 1994 г. в резултат на сътрудничеството между библиотеката и старозагорската фирма „Политроникс“ бяха подгответи първите две електронни издания – „Уникални балкански ръкописи. Българска писмена култура в контекста на балканската“ и „Свещеният Коран“. Те са част от програмата „Културни паметници и мултимедия“.

❖ Каква идея е залегната в тяхното създаване?

– Чрез тези мултимедийни дискове са поставени на едно ниво две писмени култури, които са съжителствали много близко, без обаче да се смесват и без особено много да си влияят. Тяхното специално съвместно съществуване в един ареал е доказателство, че нито една култура не може да унищожи другата или да я постави в подчинено положение.

❖ От какво бе мотивиран изборът ви по отношение на издаването им на електронен носител?

– По този начин се дава възможност на наши и чуждестранни учени, колкото и далеч да са от Народната библиотека, да получат достъп до уникалните писмени паметници, съхранявани в нея, посредством възможностите на съвременния електронен вариант на книгата. Неговото предимство е, че той е по-лесно достъпен за широк кръг потребители от цял свят. Друг мултимедиен диск беше подгoten по случай 125-годишнината от създаването на библиотеката – „Пътеводител по колекциите на Националната библиотека на България“. В него е представена цялата нейна история, функции, задачи и фондове.

❖ Как бихте обобщили значението на вашата съвременна издателска дейност в културно-информационното пространство в страната и извън нея?

– Издателската ни политика е строго специфична. Тя е свързана с научната дейност и разработки на нашите специалисти. Печатната ни продукция се характеризира с голямо разнообразие – и тематично, и по видове документи. Библиотеката издава описи, каталози, монографии, библиографски указатели, справочници, книги, периодични издания и много други. Една част от тази нейна дейност е насочена към разкриване на фондовете ѝ, и по-специално – Ръкописно-документалния център, Български исторически архив и Ориенталския отдел, където се съхраняват ценни документи, свързани с българската история. Една от важните ѝ задачи като издателски център е да ги направи достояние на широк кръг читатели, популяризирайки по този начин книжовната памет на нацията.

❖ Г-жо Горанова, разкажете накратко за трудностите, с които се сблъсквате при реализирането на печатната продукция!

– Проблемите са много. На първо място – липсата на финансови средства. От друга страна – характерът на нашите издания. Читателската аудитория обхваща тесен кръг от специалисти, научни работници и изследователи в областта на библиотечното дело, библиографията и книгознанието основно. Пазарът за такъв вид издания е също стеснен и това налага използването на гъвкави решения и специална политика при реализацията им. От друга страна, изоставаме и с обновяването на компютърната техника, но във връзка с честването на 125-годишнината ни, ръководството успя да осъществи голям проект за нейната подмяна.

❖ Какъв вид реклама използвате?

– Участваме в различни изложения и панаири на книгата в НДК, изпращаме реклами материали до потенциални потребители – читалища, библиотека, институции... Широко използваме и саморекламата чрез собствената ни печатна продукция.

❖ **Кои са най-новите ви издания?**

– През 2003 г. Бяха издадени „Публиката в България за Балканите. 1985 – 2001“ – библиографски указател; „Паисий Хилендарски“ – анотиран библиографски указател; втори том на био-библиографията „Иван Вазов – 1872 – 1905“, както и първи том на „Бележки на българските книжовници X – XVIII век“ за периода X – XV век.

❖ **Какво планирате да издадете тази година?**

– Предстоят да излязат от печат две много ценни книги – „Приписки на българските книжовници. Т. 2. XVI – XVIII век“ и „Речник на църковнославянски език. Т. 2. П-Я“, както и едно интересно издание, подгответо от наши научни работници от отдел Български исторически архив – „Политическото веруло на македонците“, а също и библиография на Емил Коралов, изработена в Справочен отдел на библиотеката.

❖ **В заключение какво бихте пожелали на издателството на Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ и на неговите читатели?**

– Пожелавам по-голяма като обем продукция, още по-качествени издания, по-широко разпространение, увеличаване на читателската аудитория! Повече новаторство и повече успехи! И накрая, но не на последно място, пожелавам разширяване на контактите на Народната библиотека по отношение на книгообменните връзки в страната и в чужбина.

### **ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ РАЛИЦА ПЕТРОВА**

III курс – Книгоиздаване, катедра “Библиотекознание, масови комуникации”  
при Филологически факултет на ВТУ “св. св. Кирил и Методий”, с нейни творби





## МАРКЕТИНГ И СОЦИОЛОГИЯ НА КНИГАТА

### ЧЕТЕНЕ И КНИЖЕН ПАЗАР Социално-психологически аспекти на едно изследование

доц. д-р Стефан Коларов

Проблемите на издателската политика, книготърговската дейност, читенето 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 изложените на щандовете новоизлезли книги. Независимо какви са първите впечатления, уверено може да се каже, че нашите издатели все по-уверено наричат 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 „избиствряне“ на пазарния хаос, макар и негови белези да съществуват, да обвркват несвикналия с такова изобилие от заглавия българин.

Прибързано е да се направи равносметка 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 признания 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 бонбониера 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 ме-

нията, 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 „харипотъроманията“, 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 разтълкуване? Може би всяко

РАЗПРОСТРАНЯВА СЕ БЕЗПЛАТНО В ЦЯЛАТА СТРАНА

# КНИЖАРНИЦА

МЕСЕЧНИК ЗА КНИГОИЗДАВАНЕ И КНИГОРАЗПРОСТРАНЕНИЕ

декември 2003, брой 8

Нови книги

Статистика

Издателства

www.knjajarница.com

ново поколение има нужда от образ, който да въпълва 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 вдъхновявашо. Екранното превъплъщение на малкия вълшебник, странните и необичайни приключения – всичко това допринася 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 – Паул Коелю. Неговата „Единайсет минути“ непрестанно се споменава от анкетираните книго-търговци като много търсена творба. Наред с традиционно желаните „криминалета“ на Стивън Кинг, Реймънд Чандър, 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 страхотенекс“ на Ан Купър (издателство „Буктрейдинг“) не е влязла в класациите и не се споменава в анкетите, за разлика от „Сексът и градът“ на М. Бушнел и „Професия проститутка“ 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. Аилов, „Кръстникът и силните“ от Св. Тадаръкова, „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 прокото, непосредствено изобра-

зяване 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 сериите 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 Дилов-син. Една „тройка“, чиято слава е безспорно преходна, но за сега извества 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 вместват 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-анкетьори „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-сантиментални книги като „Отнесени от вихъра“.

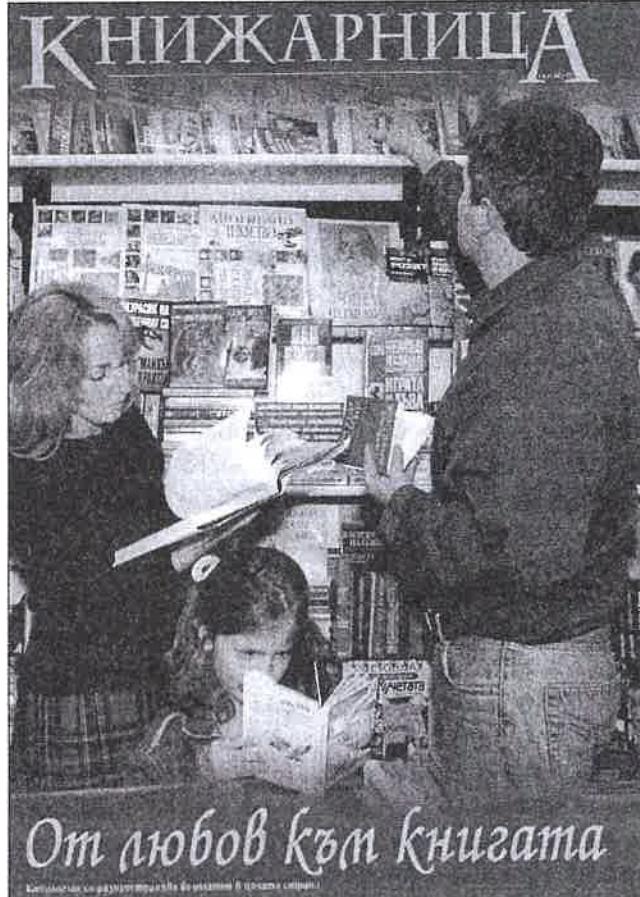
Тези обобщени наблюдения може да се приемат за ключови в съвременното българско книгоразпространение, както и за нагласите на читателите. Книгата продължава да е трайна ценност в нашия живот, независимо от бурното развитие на електронните медии, на Интернет и другите възможности за общуване със света 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 сляпо подражание, но безспорно прави впечатление това, че доста от добрите издатели не следват сляпо

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

Показателен е отговорът на въпроса: „Купува ли 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 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 оази „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 откражват 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 донасят 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 посрещнат добре, но надеждите бяха измамени. Друго, което е важно – рекламирането на книгата. То тръгва от самото издателство, минава през медиите или други форми – диплини, представления и срещи с авторите, екранизиране или рекламирен трик – скандална история, съзнателно подгответа 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 търсенията на издания, свързани с тази област. Евтини криминалета и фантастика могат да се закупят от немалко 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 работа 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 въкъщи. 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 образоването 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 открява 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 превъзходящо нашето остава и досега непреодолима, макар че защитата на българското като еталон на сила и здрава мярка печели немалко 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. Тярпра 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 успяха набързо да ги предложат на книжния пазар. Литературната критика и нейната важна мисия отсъстват и безkritичността оказа 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, книготорговци и читатели.

## Ще остане ли духовният глад?

**Елена Игнатова**

Студентка в Колежа по библиотекознание  
и информационни технологии

В началото на книготоргията 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 книготоргията 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 търсения 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 известването 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. Необезпокоян 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 серги на площад “Славейков” В столицата (Репортаж)

**Явор Занков Мартинов**

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

От добра 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 описано 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 синият 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 проведох 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 предпочтение към булевардните любовни романи показва изместване на вкусовете на българския читател към по-евтина и лека за психологическо смиление 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 анкетирани 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 декларираят 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 анкетирани (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 на страна учебната и научна литература, превесът на западните заглавия и автори е тотален. Посетителят на книжния пазар на площад „Славейков“ буквално е залят от купища творби на чужди автори, но ако попиташи 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.



## ПОЛЕЗНА И НЕОБХОДИМА КНИГА

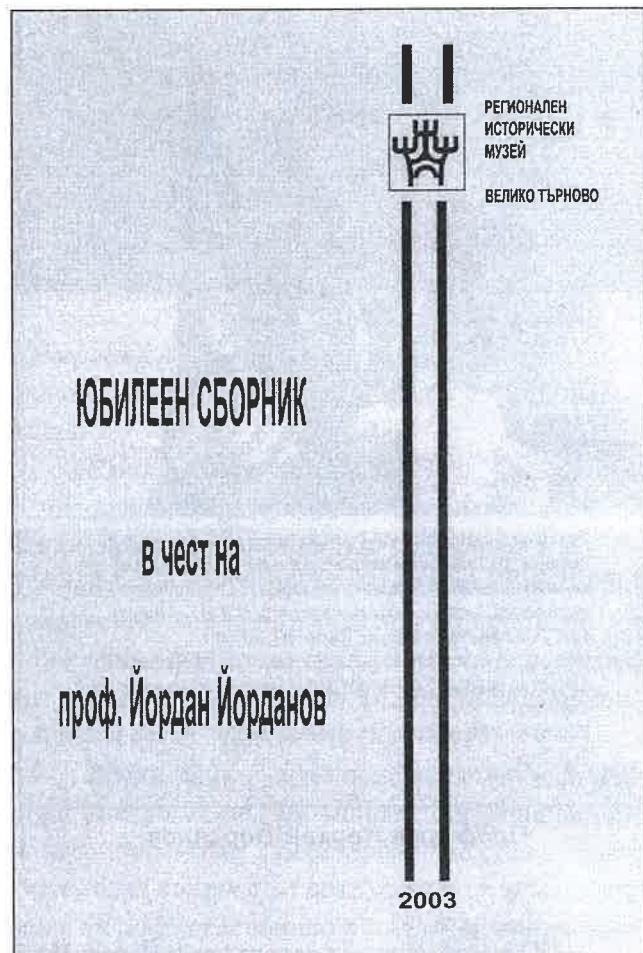
**Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов.**  
**Състав. Хр. Харитонов, Г. Чохаджиева и Св. Атанасова. В. Търново.**  
**Рег. ист. музей, 2003. 466 с. с ил.**

**Стела Асенова**

Регионалният исторически музей – гр. Велико Търново, издава неотдавна „Юбилеен сборник с доклади и научни съчинения от седмите музейни четения „Човекът в миналото“, посветени на 65-годишнината на проф. г.м.н. Йордан Йорданов (20–21 май 2003 г.). Солидната книга е в 466 страници, на един голям, подходящ за подобен тип научно издание формат 60 x 84/8, с разнообразен илюстративен материал.

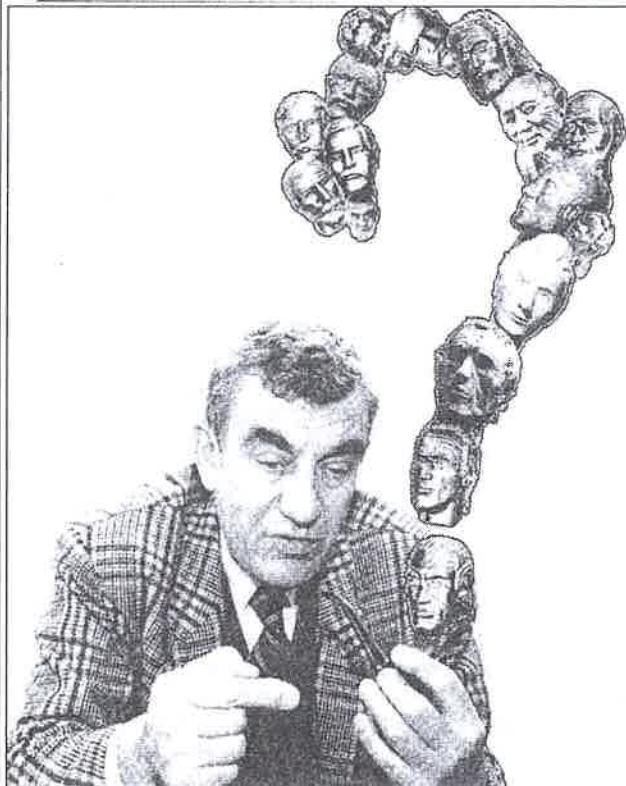
Основен съставител и редактор на книгата е директорът на музея ст.н.с. д-р Христо Харитонов, автор на интересен доклад, свързан с нумизматичната проблематика: „Унгарският художествен вкус на една търновка от 1190 година“. Представени са и редица автори от Велико Търново, Русе, Варна, София, Стара Загора, Габрово, Свищов, Смолян и други, най-вече музейни работници и специалисти. Разглежданите проблеми са със значим обхват в полето на българската история, археология и музейно дело. Включените доклади разглеждат исторически въпроси, свързани с историята на определени селища и техните околности – например Велико Търново, Свищов, Бяла Черква и други, което е съществен принос в съвременното ни краезнание. Все пак една значителна част

от изследванията се вписват в контекста на старата и новата ни история и отразяват важни събития – националноосвободителните движения в посочените селища, техните опълчения, обстановката по време



## Йордан Алексиев Йорданов

- Директор на Института по експериментална морфология и антропология при Българската академия на науките;
- Председател на българското антропологично дружество;
- Доктор на медицинските науки от 1980 г.;
- Професор във Великотърновския университет "Св. Св. Кирил и Методий", Нов български университет, Югозападен университет "Неофит Рилски";



- Автор на 8 самостоятелни монографии, 195 научни публикации, 65 пластични антропологични реконструкции на меките тъкани на главата на черепа, 11 антропологични експозиции, 3 самостоятелни изложби (САЩ – Атланта, 1987; София, 1999; Велико Търново, 2000);
- Инициатор на идеята за експонирането на Калояновият гроб от църквата "Св. Четиридесет мъченици" във Велико Търново;
- Дарител на Регионален исторически музей – Велико Търново.

Проф. дмн Йордан Йорданов

Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов. Съст. Хр. Харитонов, Г. Чохажиева и С. Атанасова. В. Търново. Рег. ист. музей, 2003. 466 с. С ил.

на двете световни войни, бежанските проблеми. Някои от другите научни съобщения са свързани с археологическите и нумизматичните изследвания и историко-культурната проблематика. Спектърът на включените доклади е с теми, които също привличат читателския поглед, а именно – свързани с праисторическите паметници по българските земи през Българското средновековие, Възраждане и следвоенния период.

Някои материали са свързани с културната дейност на селища като В. Търново, Свищов, Русе и др., а също и по проблематиката на периодичния печат – "Търново във възрожденската периодика" на Живка Радева и "Списание "Самоуправление" – изразител на интересите на българската община през 20–30-те години на XX век" на Виолета Павлова.

За улеснение при ползването на книгата е приложен "Азбушен списък" на авторите участници в "Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов" (463–465).

Книгата е много добре съставена, отпечатаните доклади и научни съобщения са върху бяла хартия, с необходимото качество на печата, за което имат място и съставителите. С разнообразието си на материали и с удачния оформителски подход при оцифряване и илюстриране на книжното място изданието е един сериозен принос в издателската дейност на Регионалният исторически музей – гр. Велико Търново, което ще остане за поколенията, идващи след нас.

## **АКТУАЛНО ИЗДАНИЕ ПО ПРОБЛЕМИТЕ НА МАРКЕТИНГА НА КНИГАТА\***

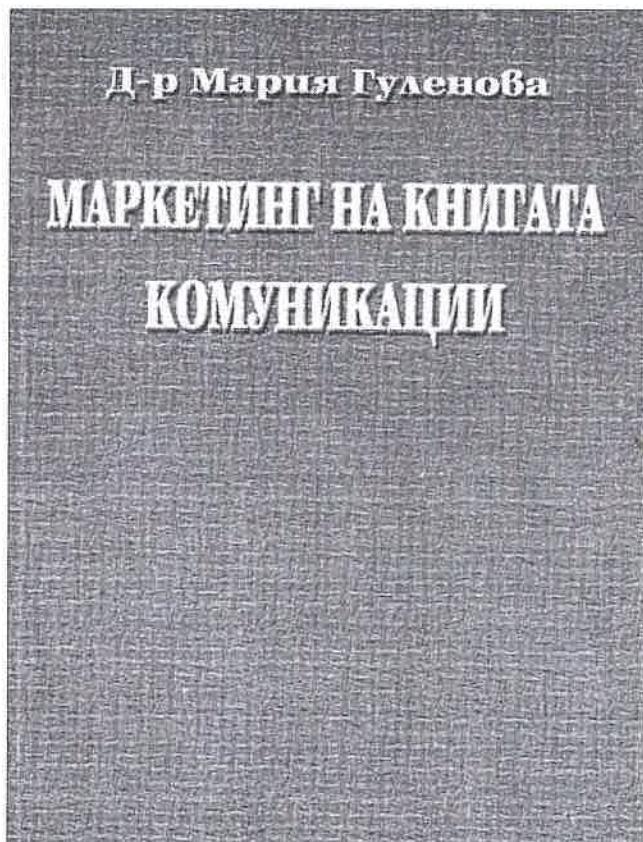
**ст.н.с. д-р Цветана Стайкова,  
Централна библиотека  
на Българска академия на науките**

Книгата има собствена, значителна ниша в сферата на съвременната култура, независимо от това в какъв аспект се възприема – като средство за разпределение на писмени текстове и нагледни изображения, като обект за четене, представящ на читателя определена информация, като създавено от индивидуален или колективен автор произведение, като продукт на редакционно-издателската дейност или като стока със своя цена, предназначена за продажба. Нейните параметри на въздействие се разширяват още повече с новата, нетрадиционна форма на реализацията ѝ. Но на книжен или електронен носител, независим от основната ѝ функция да оказва въздействие върху духовния свят на человека, книгата е преди всичко продукт, създен в сферата на материалното производство.

Ето защо появата на труда на д-р Мария Гуленова "Маркетинг на книгата. Комуникации" е съвсем навременна, а информацията, която авторката поднася – напълно актуална.

Проблемите, третирани в труда, отразяват основни постановки по отношение ролята на маркетинга в издателската дейност.

Свързани с интерпретацията на рекламата като "динамична, бързо трансформираща се сфера на човешката дейност" (Е. Ромат), тези проблеми добиват съвременни



измерения както при теоретичното им осветяване, така и при прилагането им в практиката.

След историческия преглед, чрез който е представен фундаментът, от който логически произтичат всички особености на съвременното състояние и развитие на интегрираните маркетингови комуникации на издателството, се разглежда обстойно тяхната същност, както и техният инструментариум днес.

Вещината, с която авторката е подходила към темата, проличава от детайлното и задълбоченото представяне на отделните страни на въпроса за връзката на маркетингамикс на издателството и интегрираните маркетингови комуникации; проличава и от ця-

лостния обхват и подхода при тълкуването на материала, което съвсем естествено довежда до извода, че "маркетинговата наука се ръководи изцяло от практическите потребности и съществува заради тяхното удовлетворяване".

Практическото осмисляне на въпроса е най-силната страна на труда на г-р Мария Гуленова. Най-съществената и голяма негова част е посветена на основните инструменти на интегрираните маркетингови комуникации на издателството.

Рекламата, представена със силните и слабите ѝ страни, с нейната убедителност и ефективност, пъбли克 релейшънс – с всичките особености на управлението, интегрирането и инструментариума им, настърчаване на продажбите, лични продажби и пр. – всички тези инструменти на интегрираните маркетингови комуникации на издателството са представени на сериозна, научна основа с една единствена цел – да служат най-ефективно на практиката.

Специалното внимание в труда е отделено на комуникациите с използване на директен маркетинг. Тази специфична и модерна форма на комуникиране с клиента, авторката предоставя с основните ѝ предимства, отбелязвайки мнението, че "терминът директен маркетинг непрекъснато приема нови значения" (Ф. Коплър). Гъвкавостта, целенасоченият и персонифициран подход са сред неговите съществени характеристики.

Чрез обективното и критично отношение към слабите и силните страни на всеки един от инструментите на интегрираните маркетингови комуникации в труда се отправят косвено препоръки за тяхното внимателно и умело използване и избягване на недостатъците им. Това още един път подчертава неговата практическа насоченост. Тук не мо-

рат да не се отбележат позованията и цитирането на мисли на специалисти в тази област от най-висок ранг, което заедно с увеличаване на научната стойност на труда го прави особено атрактивен и убедителен.

Предназначен преди всичко за студенти и преподаватели в научните области, свързани с маркетинговата дейност на издателствата, труда на г-р. М. Гуленова има много по-широка читателска аудитория от специалисти, свързани с теоретичните, а също така и с практическите въпроси на интегрираните маркетингови комуникации на съвременните български издателства.



Рисунка – Ралица Петрова

## СЪДЪРЖАНИЕ



◊ КНИГАТА – БЪДЕЩЕ ВРЕМЕ В МИНАЛОТО .....	1
◊ РЕЗОЛЮЦИЯ на научната конференция „Книгата: бъдеще време в миналото?!” , прочетена от акад. Антон Дончев .....	2
◊ „БИБЛИОТЕКИ – ЧЕТЕНЕ – КОМУНИКАЦИИ“ ЗА ВТОРИ ПЪТ В СТАРАТА СТОЛИЦА <i>Стела Асенова</i> .....	3
◊ „КНИГАТА ОСМИСЛИ МОЯ ЖИТЕЙСКИ ПЪТ И ОПРЕДЕЛИ НЕГОВАТА ДУХОВНА ВИСОТА“. Доц. д-р Стефан Коларов на 60 години <i>доц. д-р Мария Младенова</i> .....	4
◊ РЕЦЕНЗИОННИЯТ ЕКЗЕМПЛЯР – ЯДРО НА ИЗДАТЕЛСКАТА КОМУНИКАЦИЯ гл.ас., д-р Евгения Русинова .....	11
◊ ПРЕСРЕКЛАМАТА В СЪВРЕМЕННИЯ ИНФОРМАЦИОЕН ВСЕКИДНЕВНИК <i>доц. д-р Лъчезар Георгиев</i> .....	15
◊ ОЩЕ НЕЩО ЗА КНИГОИЗДАТЕЛЯ ГЕО МИЛЕВ <i>доц. д-р Алберт Бенбасат</i> .....	20
◊ ИЗДАНИЕ ОТ ЕВРОПЕЙСКА ВЕЛИЧИНА „Българска книга“ – двумесечно списание за библиография, библиотекознание и по книжарски въпроси, редактор Тодор Боров, издател Т. Ф. Чипев <i>доц. д-р Петър Парижков</i> .....	26
◊ ЗА АКАДЕМИК ИВАН РАДЕВ – ЧОВЕКА И ЛИТЕРАТУРНИЯ ИСТОРИК <i>доц. д-р Елена Налбантова</i> .....	31
◊ ПЕЧАТЬ В СЛИВЕН ОТ ОСВОБОЖДЕНИЕТО ДО 1944 г. <i>Таня Станева</i> .....	32
◊ ПЕЧАТНИ ИЗДАНИЯ ОТ БОГАТА КУЛТУРНА СЪКРОВИЩНИЦА Разговор с главния редактор на издателство „Народна библиотека „Св. Св. Кирил и Методий“ Анелия Горанова <i>Ваня Спасова</i> .....	38
◊ ПРЕДСТАВЯМЕ ВИ <i>Ралица Петрова</i> .....	40
◊ ЧЕТЕНЕ И КНИЖЕН ПАЗАР Социално-психологически аспекти на едно изследване <i>доц. д-р Стефан Коларов</i> .....	41
◊ ЩЕ ОСТАНЕЛИ ДУХОВНИЯТ ГЛАД? <i>Елена Игнатова</i> .....	45
◊ РАЗМИСЛИ НА ЕДИН БЕЗПАРИЧЕН СТУДЕНТ ПРЕД КНИЖНИТЕ СЕРГИИ НА ПЛОЩАД „СЛАВЕЙКОВ“ В СТОЛИЦАТА <i>Явор Занков Мартинов</i> .....	45
◊ ПОЛЕЗНА И НЕОБХОДИМА КНИГА Юбилеен сборник в чест на проф. Йордан Йорданов <i>Стела Асенова</i> .....	47
◊ АКТУАЛНО ИЗДАНИЕ ПО ПРОБЛЕМИТЕ НА МАРКЕТИНГА НА КНИГАТА <i>ст.н.с. д-р Цветана Стайкова</i> .....	49



2003

№ 3

НАУЧНО СПИСАНИЕ  
ЗА КНИГАТА  
ГОДИНА V

# ИЗДАТЕЛ

## РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

доц. д-р Лъчезар Георгиев – главен редактор

доц. д-р Стефан Коларов – отговорен секретар

проф. д-н Димитър Кенанов

доц. д-р Алберт Бенбасат

доц. д-р Мария Младенова

Райна Карабоева – техн. редактор

Стела Асенова – уредник и техн. редактор

Цветанка Рашкова – коректор

Стефан Василев – графичен дизайн

## РЕДАКТОРИ НА БРОЯ

доц. д-р Лъчезар Георгиев

доц. д-р Стефан Коларов

Формат 56x84/8. Печатни коли 3.25.

Излязла от печат февруари 2004 г.

ISSN 1310 – 4624

Страница ИЗДАТЕЛ в Интернет: [www.izdatel.hit.bg](http://www.izdatel.hit.bg)

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

Велико Търново – 5000, ул. „Теодосий Търновски“ № 2,

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Ректорат

Катедра Библиотекознание, масови комуникации, чужди езици

за доц. д-р Лъчезар Георгиев Георгиев.

Моля, свържете се на тел.: 062/618 331; 618 258

### DEAR READER,

You can subscribe to the „Publisher“ magazine for the year 2004 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. Luchezar 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. 062/618 331; 618 258. Thank you!

ПЕЧАТНИЦА „СИРА“ – Велико Търново, 2004



ПЕЧАТНИЦА **Сира** ВЕЛИКО ТЪРНОВО

- Цветоотделяне до 61/75 см и предпечат
- Висококачествен офсетов печат до 70/100 см
- Лакиране с UV-лак
- Топъл печат и релефен печат
- Щанцована на картон и велпапе



Поръчки - тел.: 062/649 845, Цветоотделяне - тел: 062/649 860  
Факс: 062/649 895, E-Mail: [sira@matrix-bg.com](mailto:sira@matrix-bg.com)

ISSN 1310 4624