

РЕЦЕНЗИЯ

От доц. д-р Васил Йорданов Загорев

Относно

ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД НА ТЕМА:

ПРОДУЦЕНТСКИ МОДЕЛ ЗА МЕДИАТИЗАЦИЯ НА КНИГАТА

Дисертационният труд на Виктория Бисерова Димитрова – „Продуцентски модели за медиатизация на книгата“ – се състои от увод, четири глави, заключение, речник и приложения с общ обем от 402 с. За нуждите на изследването е използвана библиография от 342 източника, впечатляваща с широкия си езиков спектър: български, руски, беларуски, английски, немски, френски.

Формулираната тема звучи модерно и се фокусира в значимите трансформации в книгоиздателския сектор с оглед настъпилите промени в технологичната, а оттук и в информационната среда. Изследването се мотивира с необходимостта от: „аргументирането на нов бизнес модел за издаване на книги в тревожна, силно медиатизирана и конкурентна пазарна среда“ (с. 12). Определяща за избора на тема е и практическата ангажираност на докторанта в сферата на българското книгоиздаване.

Уводът, който под влиянието на издателската практика е озаглавен „Предговор“, започва с изясняването на научните области, които са ангажирани в изучаването на историческите, практическите и евристичните изследователски полета, отнасящи се до книгата в частност и до информационната среда като цяло. Докторантът поставя още в началото въпрос с реторичен характер, който от гледна точка на законите на формалната логика е несъществен, защото противопоставя основните научни дялове, включени в направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки. Без да се отчита историческото му възникване и развитие, при това съотносимо към „медийната наука“, книгознанието е определено като „относително млада наука“, която изследва книгата с „конвенционални“ методи. Това допускане е в разрез с основните етапи от развитието на постсредновековната европейска научна парадигма, в която книгознанието, като комплексна наука или посредством съставните си части, е сред най-старите научни направления (края на XVIII и началото на XIX век). То има ясно дефиниран обект и предмет, а също и набор от непрекъснато развиващи се методи, с които изследва книгата като продукт и фактор на информационната среда (А. Гергова). Науката за книгата не претендира да бъде част нито от „медийните науки“, нито от

„културологията“, именно поради факта, че като практика за изследване е възникнала далеч преди тях. В този смисъл опозицията „млада наука“ – „пра-медия“ е необоснована и няма потенциала да обслужва хипотезата за трансформациите, отнасящи се до ролята на съвременния издател.

Без да изясни важния въпрос – дали книгознанието или медиазнанието negliжира като изследователско поле ролята на книгата като медия, докторантът изразява мнението, че „е въпрос на време да се признае, че книгознанието отдавна се занимава с развитието на медиите...“ (с. 8). Разговор в „бъдеще време“ за интердисциплинарния характер на науката за книгата показва недоброто познаване на материята, защото трансформация от строга специализация към универсалност на изследователското поле е извършена в международен план между 50-те и 80-те г. и е възприета у нас през 90-те г. на XX век (Февр, Мартен, Маккензи, Шартие). Интердисциплинарният характер на науката за книгата е очевиден от изградените научни мрежи и наименованията на световно признати научни общности, интегрирани в единна система: Society for the History of Authorship, Reading and Publishing (SHARP); Research Society for Victorian Periodicals; Research Society for American Periodicals. Трябва да се подчертае, че широкият обхват на наименованието на SHARP предполага, че по принцип се изследва авторството, четенето и издаването, без да се конкретизират техническите средства и посредниците.

Пресечните точки на двете научни области са ясно дефинирани в световната наука и се обуславят от историческата еволюция на печатната комуникация (в частност) и на индустриалните общества (като цяло). Тези процеси са особено силно изразени в началото на XIX век, когато под влияние на технологичните нововъведения книгата се „медиатизира“, а същевременно със средствата на модерния театър, гравюрата, фотографията и ранния кинематограф влиза във „визуална модалност“¹. Именно тези процеси откриват необходимостта от „проектно мислене“ в областта на книгоиздаването и сливането на ролята на автор и издател, които могат да бъдат проследени още в „продуцентските“ политики на Александър Дюма-Баща и Чарлз Дикенс. Те са идеален и реален пример за това как се генерира и управлява контент – посредством всички налични комуникационни канали, на всички нива в книгоиздателския, медийния и развлекателния бизнес. Чарлз Дикенс пише новелите си по график за нуждите на медийната индустрия, управлява медийните си изяви, редовно

¹ Ако не е упоменато друго, всички позовавания на терминологията на докторанта са обозначени с „“.

чете пред публика в театрални салони с предвиден музикален антракт, режисира театрални постановки, провежда кастинги за актьори, организира турнета.

В България подобна „медиатизация“ навлиза трайно в края на XIX и началото на XX век, когато границите между книгоиздаването, вестникарската индустрия и театъра се размиват. Първите успешни опити, които прилагат у нас „медияен подход“, са утвърдени на пазара през първата четвърт на XX век от големите издателски фамилии Игнатови, Юрукови и Пейкови – те печатат книги и периодика, следят литературния и културния живот у нас и в чужбина, разработват абонаментни планове, участват в публични прояви, създават читателски групи, които обгрижват. Визуализацията на книгата става масова благодарение на поредици като „Картинна галерия“, която рецепира у нас световната практика за балансиране на илюстративните и текстуалните елементи в книгите. Идеален пример за „медиатизация на книгата“ и „продуцентско мислене“ у нас са братя Паскалеви. Александър Паскалев създава евтина серийна издателска поредица, с която финансира сериозни проекти, става собственик на най-популярните литературни издания в страната, независимо че се противопоставят едно на друго, ангажира издателските си планове със значими и нашумели театрални произведения. С негова помощ Владимир Паскалев управлява първата българска агенция за национално разпространение на периодичния печат, а през 20-те години на XX век В. Паскалев обвързва българското книгоиздаване със световната киноиндустрия, като започва да издава книгите на Едгар Бъроуз в синхрон с представените в България филми за „Тарзан – човекът маймуна“.

Тази кратка ретроспекция на синергиите в бизнеса със съдържание (текстово и/или визуално) не е самоцелна, тя убедително подчертава несъстоятелността на основния научен проблем: „Възможно ли е книгата като най-старата медия да се реинтегрира към индустриите за производство на медийно съдържание чрез механизмите на продуцентството“ (с. 12). Въпреки че в текста не е категорично определено дали се отнася за българската реалност или за международните практики, утвърдителният отговор на този въпрос е ясен – книгоиздателят е субект на медийната индустрия от близо 300 години в световен план и от близо 120 в национален. Исторически погледнато, именно той „продуцира“ подвластното му съдържание и е водещата фигура, която, за да удължи живота на своите текстове и за да достигне до максимална аудитория, поставя началото на „четенето на парче“, на визуализация на своята продукция чрез театър, илюстрация и кино, ангажира плановете си с публичния интерес към радиото, персонализира отношението към читателя. Затова не може да

става въпрос за „реинтегриране на книгата“, а по-скоро за реабилитиране и повторно въвеждане в България на някои утвърдени издателски практики, които да се адаптират към променените потребителски нагласи и параметрите на бизнеса в нова информационна среда. В този смисъл целта на дисертацията не е лишена от основание, защото през последните пет века водещата роля в системата на книгата е приписвана на различни по същност, отговорност и компетенции функционални звена – логично е в началото на XXI в. да има промени във функцията на издателя, но това само потвърждава книговедската констатация, че системата на книгата (в съдържателно, техническо и социално отношение) се трансформира във всички епохи и територии в зависимост от информационните нужди на конкретното общество. В този смисъл „икономическите и управленските дефицити“, които докторантът иска да регистрира, не са свързани с липсата нито на историческото, нито на теоретичното познание за книгата, а в прилагането на това познание в практиката. Последното е особено валидно за българската книгоиздателска и книготърговска реалност, която циклично преоткрива определени „истини“ (кавичките мои В. З.) на принципа „проба-грешка“, като по този начин създава допълнителни предпоставки за негативното отношение към книгата, най-вече у младите поколения у нас. В този ред на мисли трудно може да се говори за „медиатизация“ на книгата в България, защото международните рейтинги за нивото на българските медийна среда показва незавидното ѝ положение – на 106 място от 180 страни, в компанията на Непал и Република Конго².

Единственият силен мотив за тезата си Бисерова търси в остарелите дефиниции на понятието книга (с. 21). Тук обаче тя не съобразява една особеност – тези трактовки обслужват конкретни практико-приложни и научни направления, които дефинират книгата в зависимост от предмета на собствените си занимания. Освен това дефинициите за книга, както и самата книга, са следствие на дълга еволюция, свързана с множество метаморфози с различен материален, технически, социален и институционален характер. Тяхното видоизменяне, допълване, взаимозаменяемост или отхвърляне е основната причина, поради която незапознатите отблизо с историята на писмената комуникация допускат, че книгата е обект, който трудно може да бъде дефиниран.

Цялостното впечатление от увода е, че се търси сензация, а не формулирането и разрешаването на конкретен научен проблем. Този прием, наскоро навлязъл и в

² Репортери без граници: <http://index.rsf.org/#/>

сферата на книгознанието у нас, е характерен за учени, търсещи по-широка публична популярност. Той е доста спорен и затова не се препоръчва на докторанти и учени в ранния стадий на кариерното им развитие, защото може да ги компрометира.

Първа глава описва процесите на „медиатизация“ на културата. Бисерова представя и прави дисекция на метапроцесите, които водят до сериозни промени в информационната среда. Този раздел е доста информативен, но еkleктичен. Основната цел – доказване на тезата, че средата на книгата се и ще продължава да се променя бързо е постигната по възможно най-дългия път – чрез изреждането на различни теоретични трактовки, които поглъщат общата идея. На места изложението прилича на терминологичен речник, въпреки че в края има специално обособен такъв. Наличието на речник изобщо в дисертацията е нетипично, защото текстовете за защита на докторска степен са насочени не към широката аудитория, а към специализирана квалифицирана публика, която няма нужда от разясняването на общи понятия (с. 14, 32, 33). Единственото, което става ясно е (с. 36–45), че съвременната наука за медиите има сериозен проблем с мутацията на основните елементи от понятийния си апарат, което е признато и от самата Бисерова (Пейчева, с. 46). Както Буркарт изяснява в началото на знаменития си труд „Наука за комуникацията“ – когато едно понятие значи „всичко“, то всъщност не означава „нищо“. Последното е особено валидно за втората част на конструкта „книгата като медия“. Хипотезата на Бисерова, че „въздействието на медиатизацията върху книгата е negliжирано и неизучено“ е формулирано конкретно и ясно едва на с. 57. Подобно negliжиране обаче не се дължи на консерватизма на книгознанието, а е следствие от динамиката в развитието на информационния пейзаж. През 1972 г. в научната сфера на обществените комуникации все още се твърди, че книгата е доминанта в информационната среда, а от 1984 г. се заговори за нейната смърт. Подобна драматична промяна в научната парадигма за книгата доведе до сериозни дисбаланси в отделните предметни области на науката за книгата.

В първа глава се дава приоритет на теоретици от науките за комуникацията и медиите, което обяснява и разбирането, че книгата е „консервативна медия“. Всъщност, историческите процеси в книгоиздаването недвусмислено доказват, че както професията, така и основният обект на занимание – книгата, се променят непрекъснато и то изключително бързо. Обратната теза за статичността на книгата се фиксира от неправилното използване на формулировката „Гутенбергова галактика“. Подобен научнопопулярен нонсенс не отчита факта, че професионалните практики на всяко едно поколение издатели се различават в значителна степен една от друга. Методите по

които Гутенберг избира, издава и продава, не се припокриват с тези на Кобергер, тези на Кобергер не се припокриват с тези на Плантен и така през всяко следващо поколение книгоиздателската практика се развива и надгражда, за да доведе до непрекъснатата бинарна технологично-маркетингова и маркетингово-технологична трансмисия на промени.

В изложението е силно застъпено, изразеното в увода, желание за сензация и противопоставяне. То се проявява в твърдения от типа: „през цялото време на съществуването си писменото слово води борба за върховенство с устното слово“ (с. 50). Концепцията за „интегрирането на книгата към медийната индустрия“ противоречи на разбирането за книгата като „пра-стара“ медия. На места в първа глава, а и по-нататък в текста, са налице излишно усложнени езикови конструкции, които както Т. Петев казваше – „се надяваме поне авторът да разбира“: „Могат ли новите медии, въпреки това, да предложат когнитивни алтернативи на лингвистичния медиум на комуникацията – на думата? Отговорът е: не.“ (с. 51).

В изложението има редица фактологични грешки и неправилни трактовки на историографския материал, които подчертават традиционното negliжиране от страна на реалните издатели към работата на колегите им през изминалите епохи. Твърденията, че книгата е масова медия „от появата си всредата на **XVI век**“ (с. 64) и непознаването на публичното четене и литературното кафе като форма на „пърформънс“ (с. 65), водят до заблудата на докторанта, че промените в съвременната информационна среда стават причина за „въвеждането“ на определени практики. Налице са и такива общи неверни исторически съждения, които нито подкрепят, нито отричат тезата на Бисерова: „Исходна позиция – в догутенберговата ера поезията съществува в устната, песенната традиция, а възникването на печатната преса, фиксираща лингвистичния знак върху строго отредено му място, в голяма степен редуцира интонационните и перформативните компоненти на поетическото послание“ (с. 74). Не се познава добре и т. нар. „култура на ремикса“, която е доста по-стара от печатната книга и се изразява във връзката между такива значими класически произведения като „Декамерон“ и „Кентърбърийски разкази“. Освен това е застъпена тезата за елитарността на книгата – концепция, която е преодоляна с края на дескриптивния стадий в развитието на книгознанието през 30-те г. на XX век. Налице са и противоречия именно по този въпрос като от изложението не става ясно дали книгата „е била“, „е“ или „ще бъде“ елитарна медия (с. 54–55).

Добър пример в текста на Бисерова за разискване на основните промени в бранша са описаните теми и изказвания на международните книгоиздателски форуми, които обаче, като инициатива на бизнеса, трябва да бъдат подложени на критичен прочит. Описани са основните икономически тенденции и новите бизнес модели, които в крайна сметка отвеждат докторанта до основната ѝ цел – да изследва взаимовръзките и променящите се роли в триадата автор-продуцент-издател (с. 86–88).

В заключение към анализа на първа глава мога да допълня, че трансформациите в информационната среда можеха да бъдат описани по къде-къде по-лесен път отколкото чрез спорното от научна гледна точка противопоставяне между книга и медии. Има ли нужда от трансформации в книгоиздателския бизнес? Отговорът е категорично – „да“, но доказателственият материал по-скоро обърква, отколкото да насочва към този извод. Основната теза е имплицитно заложена, затрупана от пластове механично събрани и комбинирани текстове.

Втора глава има за цел да изследва и обобщи информация за ролята на продуцента в съвременната информационна среда. Доста обширно и конкретно се представят нюансите и професионалните характеристики на професията в различни сектори на медийната среда (с. 102–119). По този начин докторантът се стреми да докаже, че продуцентът има потенциал да унаследи издателя от епохата на печатната книга и по този начин да съдейства за повишаване на виталността на печатните медии във все по-бързо дигитализиращото се настояще.

Бисерова непрекъснато подчертава уникалността на тези процеси, с което отново демонстрира слабите си познания в областта на книгознанието. Изтъква се като единствена по рода си „трансмедийната“ връзка книга-кино, без да се познават историческите корени на това явление, изразени във връзката книга-театър, която е ясно проследима в доходната вълна на издаването на драматургични текстове. Това е практика, датираща от Елизабетинската епоха до 30-те г. на XX век, когато говорещото кино кара издателите да се преориентират (с. 120). Мнението, че настоящите трансформации в издателския бизнес са единствени по рода си и нямат своите исторически аналози е дълбоко погрешна като изходна точка за целите на труда. Издателската професия винаги е била динамична и трансформациите в организационен план имат ясен надграждащ характер. Появата на нови технически средства води до промени във функционалните звена в системата на книгата, но това са принципни положения, които водят до честото афиширане на псевдосилогизъм от типа: „издателят умира“; „издателят никога не е бил жив“. В този смисъл твърдения от сорта: „Новият

издател е с функция на продуцент в книгоиздаването (англ. bookpublishing producer) в смисъла на лице, което носи цялостната отговорност за създаването, производството и реализацията на книгата и разполага с властта върху концепцията, изпълнението и развитието на книгата като медиен продукт (продукт на контент индустрията)“ (с. 123), припокриват изцяло издателските функции от началото на XVII век насетне. Странните съждения, базирани на невярна историческа фактология, присъстват и във втора глава много широко. Пример за безфактическо говорене е даден с липсата на познаването на историческото развитие на радиото, което в началото на своето съществуване, до появата на телевизията, „излъчвало само музика“ (с. 124). Очевидно Бисерова не е запозната с факта, че кросмедийни и трансмедийни проекти, ангажиращи книгата, се правят в киноиндустрията от първото десетилетие, а в радиото от 20-те години на миналото столетие с т. нар. кинематографирана книга и радиопиеса.

Проблемът с конкретизирането на топоса на продуцентския модел не е изяснен и във втора глава. Докторантът се позовава на редица западни практики, посредством цитирането на видни издатели, без да представи реалността на българския пазар, който по своето естество винаги е бил догонващо-адаптиращ се, а не дословно приемащ чуждестранния положителен опит (с. 122). В този смисъл, ако дисертацията се фокусира в българската издателска реалност, е добре първо да се изучат традиционните издателски практики и реакциите на родния пазар спрямо чужди похвати, рецепирани в миналото, и после да се въведат нови „модерни“ практики. Последното е частично осъзнато (с. 151).

Текстът във втора глава е изпълнен с противоречиви, неясни и трудно доказуеми твърдения:

с. 131 „Електронните книги са интерактивни. Имат качество на дълготрайност, което другите медиуми не притежават.“ – хартиените книги също имат качествата на дълготрайност.

с. 131 „Примери за актуални практики в издателската индустрия днес има много. Според страничния наблюдател това са проактивни и евристични издатели“ – не става ясно кой е този страничен наблюдател.

с. 142 „От всички естествени и логични предизвикателства в условията на тотална медиатизация на всички сфери на живота смятам, че най-сериозното и до известна степен нелогичното е дезинтермедиацията в медийната система като структурен риск за издателите“ – неясно.

с. 143 „За книгоиздаване без посредничеството на издател се говори професионално още от 80-те години на XX в. Още от 80-те години на XX в. се говори професионално за книгоиздаване без издател.“ – няма значение от кога се говори за „издаване без издател“, след като тази практика винаги е съществувала и ретроспективно е изучена до самите си исторически корени от XVI век.

с. 144 „Факт е, че повечето издателите все още работят по наложилите се от времето на Гутенберг линеен модел:...” – такъв модел не съществува. Моделите за работа на издателите, регистрирани от науката за книгата, са като правило циклични. Тук е мястото да се отбележи, че докторантът не познава двата основни модела на книгата, апробирани и наложени в западните общества – комуникационният цикъл на книгата на Р. Дарнтън и системата на Т. Адамс и Н. Баркър.

с. 144 „С началото на XXI век и в книгоиздаването дойде времето за проектно мислене“ – ако докторантът се запознае с проекта на Гео Милев за издателство и с други издателски архиви – БИА : НБКМ, ще установи, че твърдението ѝ е несъстоятелно, проектното мислене е неизменна част от издателската професия.

с. 154 „В интелигентното книгоиздаване повече, отколкото в старите невзискателни практики, е валидно първото задължително изискване към всеки текст, ...“ – двусмислие. Какво означава това – че няма невзискателни нови практики или, че всички стари практики са невзискателни.

с. 160 „Преди масовата дигитализация и дори още преди навлизането на пишещата машина, редакторите се е налагало да разчитат ръкописни почерци.“ – това допускане е невярно. За по-бърза работа с ръкописа се прави официален препис с големи окръглени букви. Подобни преписи могат да се видят в архивите на издателствата на Паскалев, Чипев, „Хемус“.

Недопустимо за изложението в дисертация е представянето на опита на издателство „Ентусиаст“ под формата на практико-приложно помагало (с. 148). Тук е мястото да се спомене, че в текста има минимум три ясно разграничени стила на изказ, като най-видими са интегрираните в съдържанието рекламни материали (с. 165–166), което се наблюдава най-вече в четвърта глава.

Позволих си да представя толкова много примери, за да докажа убедително, че тъканта на изложението във втора глава е сериозно компрометирана от допуснатите грешки.

Трета глава представлява сбор от три анкети (устна, писмена и онлайн) с обща тематична маркетингова насоченост. Въпреки заявените цели – „аргументиране на

продуцентския подход“, въпросите в анкетното проучване не обслужват по категоричен начин тази теза, а отговорите могат да бъдат използвани за широк спектър от заключения, включително и за контратезата, че читателските публики у нас са доста консервативни.

Социологическият подход страда от сериозни недостатъци, осъзнати от самия докторант (с. 241): насочващо заглавие на анкетата, въпроси, чиито отговори не могат да бъдат обобщени, половият дисбаланс на респондентите. Общ проблем е и фактът, че хигиената на научното изследване е нарушена чрез раздаването на награди (с. 234). Бисерова абдикира пред част от отговорите, твърдейки, че „результатите са разнообразни и не могат да бъдат обобщени“ (с. 222, 223, 224, 226, 228). Подобна позиция подчертава застъпеното по-горе мнение, че докторантът слабо познава основната материя в областта на книгознанието. Като пример ще посоча въпроси № 20 и 21 на с. 220–224. За да подсигурят конкретна информация за изследването, отговорите в тях могат да бъдат систематизирани по жанр, време на създаване на произведението, националност и т. н. В случая с въпрос № 20 могат да се правят и изводи, които щяха да са полезни за защитата на основна теза – как е ориентиран българският читател спрямо времевия спектър на произведенията, които чете.

Анкетата страда и от общи технически недостатъци. Голяма част от графиките и диаграмите са нечетливи: с. 215, 219, 229, 230, 233 ... Отговорът на въпрос № 25 (с. 220) не е систематично подреден, а освен това от с. 220 до с. 229 имаме изброявания на заглавия, които по думите на самия докторант нямат емпирична стойност.

Може да се обобщи и впечатлението, че изводите от анкетата са дескриптивни и не носят повече информация от самите количествени параметри. Това означава, че потенциалът на самата анкета не е използван правилно за защита или отхвърлянето на определена теза. Характерен за объркването на Бисерова е примерът с политиката на Стив Джобс на с. 242. След като в предходните 240 с. тя защитава позицията си, че новата информационна среда трябва да доведе до реорганизация на издателските дейности и практики, заявява убедително, че: „новите издатели продуценти трябва да заложат на утвърдените цивилизационни модели, за да останат близо до потребителя“ (с. 242). Подобни противоречия, често носещи емоционален заряд, отнасящи се до „елитарността“, „визуалната модалност“, „консервативността“ или „динамиката“ на книгата, са вплетени в цялото изложение.

По подобие на първа глава и четвърта започва с концепцията за „реабилитирането на книгата“, която тук е още по-неустойчива на научна критика

(апропо в предните раздели се говори за „реинтеграция“). Тезата очевидно се състои в това, че медиите са изпреварили своята консервативна посестрима – книгата, която сега има нужда да бъде „реинтегрирана“ и/или „реабилитирана“, но тя е толкова имплицитно заложена в текста и затрупана от противоречива фактология, че освен погрешна не и ясно разграничима в изложението. Книгата не е „бежанец“, тя няма нужда да бъде реинтегрирана, тя не е и дивак или престъпник, за да бъде „реабилитирана“, особено в посока „назад“, защото „като тяло, емоция, пространство и визия“, както доказва и самата анкета, тя е все още доминиращият медиатор на текстовете, които не обслужват ежедневните информационни нужди на индивида. Тук трябва да се подчертае, че сериозните пропуски, отнасящи се до цялостната теоретична и терминологична конструкция на дисертацията са в прерогативите на научния ръководител, който има за цел да гарантира чистотата и устойчивостта на тезата.

Изложби като *The Power of Print* (Antwerp, 2014) показват по недвусмислен начин, че описаните от Бисерова на с. 246–247 „футуристични практики“ за „визуална модалност“ датират от 50-те и 60-те г. на XX век. Примерите са много – единични изящни печатни екземпляри, книги в бутилки, книги върху имитация на човешка кожа, книги без текст, книги-маски, дори книги с наркотични вещества, за по-правилното разбиране на авторския замисъл. По тази линия в текста има доста противоречия, обобщени в невъзможността да се направи разлика между изящна (библиофилска) и неконвенционална (нестандартна по отношение на материалния носител и съдържанието) книга.

Търсенето на сензации е застъпено и в последната глава на изложението. На места се достига до неиздържани от научна гледна точка заключения, подплатени с произволна терминология: „хипертекстова среда“ на предписания „*Homo Sensitiv*“, който контактува със света посредством „природен сензорен хипертекст“. Понятието *Homo sensitiv* е градски неологизъм, с който се определят лица без хомосексуални наклонности, нямащи нищо против еднополовите отношения.

Подобен е случаят с твърденията за същността на йероглифната книга, която според докторанта, по цитат на Е. Лисицки, е „интернационална (по потенциал)“ (с. 248). Йероглифните писмени системи са детерминирани от особеностите на социалните характеристики, визуалните възприятия и дори материалната култура на всяка група. Те не могат да изградят универсален предметен канал за комуникация. Именно недостатъците на пиктографските писмени системи са в основата за изнамирането на писмености с фонетична стойност на условните знаци. Тук дори не става въпрос за

палингенеза, защото в настоящето мнемоническите и пиктографските кодове се използват паралелно с фонетичните. В последствие, цитирайки Л. Митрани, докторантът сам оборва хипотезата за универсалната функционалност на „йероглифната книга“ (с. 256).

Противоречия има и относно бъдещия статут на книгата. В увода Бисерова заявява, че книгата трябва да спре да се разглежда като елитарна медия, а на страница 249 твърди, че ако иска да се конкурира с новите формати тя трябва да се завърне към материалното многообразие на формата и материалния носител, което да я превърне в „елитарна медия“ и „люксовна придобивка“ (с. 249). Малко по-късно срещаме противоположното твърдение: „физическата книга на бъдещето може да стане по-удобна, по-компактна и по-мобилна дори от електронната книга, а функциите ѝ да станат още по-богати“ (с. 249).

Заложените в увода модели, описани в края на четвърта глава, могат да бъдат определени единствено като отлични практико-приложни примери в областта на модерното книгоиздаване. Трябва да се отчете фактът, че те почиват на редица класически практики в книгоиздаването: базират се на утвърдени произведения, юбилейни поводи, актуални за обществото теми, привличането на именити личности, изложби и др., които Бисерова обобщава с понятието „продуциране“. Освен това „моделите“ се базират на единични примери от опита на конкретно издателство, което пречи да бъдат изведени и генерализирани по-обща заключения за издателя от нов тип – издателят продуцент. Сериозен недостатък е и обстоятелството, че за примерна база и сравнение не са използвани най-често цитираните в книгознанието модели на либералната пазарна система на книгата (Дарнтън; Адамс, Баркър), а модели от хоризонтален, линеен тип, обслужващи централизираната планова икономика на книгата от съветски тип (Ляхов, с. 252).

Моделът „Приказка за вълшебната флейта“ , с. 312 е нечетлив. Той не изяснява ролята на продуцента, а единствено връзките между различните звена на продукта и инициативите, които го популяризират. Връзките са еднопосочни – от центъра към периферията, няма комуникация и между отделните звена в модела – например „Събития, които пресъздават атмосферата“ и „Рекламни материали...“. Тези недостатъци навеждат на мисълта, че става въпрос за механичен сбор от утвърдени практики и организирането на серия от интересни събития по повод модерна адаптация с мултимедийни елементи на класическо произведение, а не за модел.

Моделът „Павел Вежинов“ (с. 313) прилича на йерархична структура от типа ГЛАВЛИТ. Той е по-скоро вертикално линейна схема и наподобява практиките, които докторантът приписва на Гутенберговия тип книгоиздаване (с. 144). Освен това в този случай „издателят-продуцент“ участва само в крайния етап като „създател“, което го доближава до класическата роля на издателя.

Моделът „Всички наши места“ (с. 314) е просто красива адаптация с по-малко елементи на модела „Приказка за вълшебната флейта“. Генезисът на основното произведение е различен, което обяснява вариациите на съпътстващите мероприятия, но не и техните принципи. Именно невъзможността да се премине от конкретиката на примера към принципните положения е ключовата причина за еkleктичността на „моделите“. Трябва да подчертая, че в случая не отричам демонстрираната и апробирана енергия на Бисерова в ролята ѝ на модерен издател с нова визия, а несъстоятелността на „моделите“, изведени от нейният практически опит. Много по-добре, на база описаните в първа глава понятия, тя се е справила с визуализацията на методите, по които издателство „Ентусиаст“ продуцира съдържание, но и тук има разминаване в трактовките на понятието „трансмедия“ в смисъла на надграждащи се хаотични продукти (с. 315) или продукти, стиковани в строго определен ред (с. 86).

В заключението си докторантът защитава твърдения, които са парекселанс верни, неоспорими и общоприети. Това демонстрира липсата на запознатост с ключови научни постановки в областта на науката за книгата (Февр, Мартен, Шартие, Маккензи, Дарнтън, Финкелщайн). Искаше ми се на базата на обемния материал в защита на продуцентския модел да видя заключението, че, от една страна, книгата никога не е имала повече конкуренти, но от друга страна, книгата никога не се е радвала в демографски план на толкова голяма грамотна публика и на такъв набор от технически нововъведения, които да подпомагат процесите на нейното създаване, разпространение и ползване на всяко едно ниво. В този смисъл единственият принос на представената ми дисертация може да се синтезира в заключението, че в бъдещето масовото книгоиздаване трябва да изостави серийния подход при издаването на книгите и да се преориентира към индивидуални стратегии за всеки отделен продукт³. С риск да се повтора, ще подчертая, че този извод е толкова дълбоко втъкан в текста, че е трудно разграничим.

³Времевите и географските параметри на тези промени сега, засега остават неясни.

Общи препоръки и забележки:

- На много места в текста при позоваването на чужди научни трудове цитирането е некоректно, което размива границата между авторския и чуждите текстове: с. 43, с. 47, с. 49–51, с. 57, с. 72–73...
- Често се наблюдава липсата на конкретика: с. 246 – „съществува теория...“ (къде?); с. 247 – „известно е, че...“ (на кой?); „някои проективни техники...“ (кои, какви?).
- На места езикът е излишно сложен, от което дисертацията не печели, а само губи (с. 7–10). Налице са много термини и определения, които се отличават с неустойчивост от научна гледна точка: „реинтегриране на книгата“ (с. 12, с. 13, с. 16 ...); „пра-старата“ индивидуална медия“ (с. 29); „Книгата като уникален обект на пространствено-времевите изкуства е незаобиколим медиатор не само в естетическите, а и в политическите комуникации“ (с. 247); „ръкописна книга-фетиш“ (с. 249); „Книгата като обект е съкровена, тя изисква лична конфронтация между производителя на книгата и читателя“ (с. 253); „центрополагане на книгата като традиционно вербална медия...“ (с. 273)...
- В изложението има повторения на цели пасажки, което създава усещането за механичното им пренасяне на принципа копи-пейст: с. 7/25–26; с. 11/25; с. 31/46; с. 66/69...
- В текста са регистрирани редица противоречащи си твърдения: с. 54/259/250; с. 249/256; с. 273 – точка 1 и 2 ...
- На много места имам усещането, че става въпрос за лош превод от английски и руски език – с. 59, 92, 123, 126, 133, 308 ...
- Текстът е изпъстрен с неологизми, термини на латиница и чуждици: с. 120, с. 163, с. 165.
- В изложението има включени множество рекламни текстове и технически спецификации, на базата на които не са направени конкретни заключения. (с. 263–272; с. 276–294...).
- Натрупването на обем е постигнато чрез интегрирането на много излишен снимков материал, който като правило в дисертациите се дава с препратка в приложенията (с. 262, с. 265, с. 282, с. 283...).
- Част от фигурите и диаграмите са просто хубави картинки, не се четат или не се вписват в контекста с. 30, с. 33, с. 126 ...

- Често се ползват определения производни на „първи“, които освен ненаучни, в много случаи са и погрешни (с. 19, с. 20, с. 26 и т. н.).

Предвид гореизложеното мога убедено да заявя, че опитът на Виктория Бисерова да трансформира в научно познание и теоретична конкретика краткия си интензивен практически опит като издател е неуспешен. Дисертацията страда от много недостатъци от различно естество, които, в ролята ми на резерва, нямах възможност да отразя и изложа на по-ранен етап. Във връзка с направените бележки препоръчвам на научното жури да се отнесе изключително отговорно и скептично към присъждането на Виктория Бисерова Димитрова на образователната и научна степен доктор.

София

01.03.2016

.....

/Доц. д-р Васил Загорев/