

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА „ПРЕСЖУРНАЛИСТИКА И КНИГОИЗДАВАНЕ“

**УЧЕБНО-ПОМОЩНИ ИЗДАНИЯ
НА ЛИТЕРАТУРНАТА КЛАСИКА В БЪЛГАРИЯ
(1990–2010 г.).
ИЗДАТЕЛСКИ СТРАТЕГИИ И ПРАКТИКИ**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на

дисертация за присъждане на образователна и научна степен

„доктор“ по професионално направление

3.5 Обществени комуникации и информационни науки

(Журналистика – Литературно-художествено книгоиздаване)

Докторант:

Малина Павлинова Димитрова

Научен ръководител:

Проф. д-р Алберт Бенбасат

София, 2015

Дисертационният труд е с обем 224 страници основен текст и е онагледен с 18 фигури. Изложението е конструирано в увод, три глави и заключение. Приложението от 29 страници съдържа анкети с издатели, редактори и съставители на поредици, фрагменти от изследваните издания и визуални приложения на корици. Библиографската справка включва 207 заглавия на кирилица и латиница.

Дисертационният труд е обсъден на заседание на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване” при ФЖМК „Св. Кл. Охридски”, проведено на 30.06.2015 г.

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

Структура на дисертационния труд.....	5
Обща характеристика на дисертационния труд.....	9
Съдържание на дисертационния труд	13
Заключение	27
Научни и научно-приложни резултати и приноси.....	28
Списък на публикациите:	31

СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Увод

I. ГЛАВА

Учебно-помощните издания на литературната класика в историческа и теоретична перспектива

1.1. Поява и институционализиране на учебно-помощните издания. Кратък исторически преглед

1.1.1. Предпоставки за появата

1.1.2. Подбор на автори и произведения

1.1.3. Концепцията

1.2. „Ученишка библиотека” 1900-1902 г. Издадена в печатница „Опит”, Шумен

1.2.1. Структурно-съдържателни елементи

1.2.2. Оформление на издателската поредица.

Наличие на редакционен екип

1.2.3. Разпространение

Изводи и обобщения

1.3. Типология на учебно-помощните издания на класическата литература

1.3.1. Дефиниране на понятието

1.3.2. Типология на учебно-помощните издания на класическа литература

1.3.3. Адаптирани издания

1.3.4. Учебно-помощни издания на литературната класика като издателски поредици

1.4. Структурно-съдържателни характеристики на учебно-помощните издания

1.4.1. Разработване на структурата на изданието

1.4.2. Литературно-критическа статия

1.4.3. Художествено произведение

1.4.4. Приложения

Изводи и обобщения

II. ГЛАВА

Учебно-помощни издания на класическата литература в България (1990-2010). Съпоставителен анализ

2.1 . Встъпителни бележки

2.2. Видове поредици според концепцията и структурно-съдържателните им характеристики

2.2.1. Конвенционални поредици

2.2.2. Комерсиални поредици

2.3. Външни характеристики

2.3.1. Художествено оформление

2.3.1.1. Корица

2.3.1.2. Титулни страници

Изводи и обобщения

III. ГЛАВА

Пазарни стратегии и практики за реализация на учебно-помощните издания на литературна класика

3.1. Анализ на пазарния сегмент и на конкурентите

3.1.1. Рентабилност и сравнително сигурна реализация на продукцията

3.1.2. Издаване без авторски права

3.1.3. Потенциал за развитие и привлекателност на сегмента

3.2. Пазарни стратегии и практики на издателствата

3.2.1. Пазарна ниша

3.2.2. Пазарни последователи

3.2.3. Търговският подход към печалбата

3.2.4. Стратегията на отказа

3.2.5. Стратегия на вакантната ниша

3.2.6. Диверсификация

Изводи и обобщения

3.3. Специфика на учебно-помощните издания като пазарен продукт

3.3.1. Изборност при решението за покупка

3.3.2. Взаимозаменяемост

3.3.3. Субекти на вземане на решението за покупка

3.3.4. Сезонност

3.3.5. Комплектност

3.4. Рекламни и промоционални стратегии

3.4.1. Основни издателски рекламни твърдения

3.4.1.1. Уникалност

3.4.1.2. Значимост

3.4.1.3. Достоверност

3.4.1.4. Функционалност (практическо приложение)

3.5. Видове рекламни механизми

3.5.1. Традиционни рекламни механизми

3.5.1.1. Издателски каталози

3.5.1.2. Премиери

3.5.2. Специфични рекламни механизми

3.5.2.1. Гриф „Одобрено от МОИТ”

3.5.2.2. Среци с учителите и директорите на училищата

3.5.2.3. Даряване на книги

Изводи и обобщения

Заключение

Библиография

Приложения

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Изборът на темата „Учебно-помощни издания на литературната класика в България (1990–2010 г.). Издателски стратегии и практики” е свързан както с мястото и значението, които имат тези издания в издателската практика, така и с научно-практическата значимост на този теоретически и практически проблем. Заявената тема се оказва почти неизследвана у нас и в този смисъл се явява научно предизвикателство пред докторанта.

Художествената литература, издавана с учебна цел в България, има дълга история. Социокултурните условия веднага след Освобождението (първата известна поредица е „Ученишка библиотека” от 1902 г.) създават предпоставка за появата на издателските поредици и задават основните черти на този хибриден вид, отличаващи ги от появилите се преди тях христоматии, читанки и други литературни пособия. Можем да заявим, че тяхната поява е институционална, породена е от необходимостта в литературното обучение и образование. За кратък период тя се видоизменя, започва да се допълва с надграждащи съдържанието ѝ структурни елементи, да се усъвършенства. Изданията постепенно придобиват популярност и започват да се радват на читателски интерес, превръщат се в постоянен спътник на младата читателска публика. Носейки

в себе си „програмните”, задължителни произведения, учебно-помощните издания на литературната класика, се превръщат в една от формите на литературното образование. Чрез селекцията на текстовете те изграждат „училищния литературен канон” и придават реално измерение на понятието “класика”.

В издателската практика към първоначалния художествен текст по-късно се прибавят и т.нар. съпътстващи критически текстове, от които ученикът очаква допълнителна, надграждаща информация. Така поредиците се превръщат в колекция от литературни произведения, предназначени за изучаване в училище и участващи в изграждането на литературните знания и културата на учениците, което ни дава основание да ги разглеждаме не само като проекция на новите тенденции в учебното книгоиздаване, но и като следствие от промените преди всичко в учебните програми и методиката на обучение по литература. Не на последно място те са отражение и на развитието на литературоведската мисъл в България.

В настоящия дисертационен труд се прави опит за разкриване на многоизмерното съдържание на този почти неизследван у нас издателски феномен. Това е сложен проблем и би било нереалистично да се очаква, че тук ще бъде предложено окончателното му решение. Тук е мястото отново да се отбележи, че въпреки продължителното им присъствие в исторически план и тяхното важно място

в издателската практика и на книжния пазар, учебно-помощните издания на литературната класика до този момент не са били предмет на цялостен типологически, историко-културологичен и издателски анализ. Теоретични аспекти на учебно-помощните издания на литературната класика са заложени в някои от трудовете на проф. д-р Алберт Бенбасат, които ни дават основата за нови търсения, надграждане и по-нататъшно развитие на тази проблематика.

При избора на темата надделя необходимостта от цялостен анализ на типологичните, редакционно-издателските, пазарните и маркетинговите проблеми при подготовката, производството и разпространението на учебно-помощни издания и формирането им като издателски поредици. Мотив за избора на тази тема е и личният опит и наблюдения на докторанта в областта на книгоиздаването и книгоразпространението през последните 15 години.

Дисертационният труд съдържа увод, три глави, изводи, заключение, библиография и приложения.

СЪДЪРЖАНИЕ

НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

В увода са обосновани значимостта на темата и мотивите за разработването ѝ. Дефинирани са основната цел, обектът на изследване, основната теза, формулирани са задачите. Изяснена е и структурата на работата, обусловена от поставените задачи, като са посочени основните моменти от всяка глава.

Първа глава „Учебно-помощните издания на литературната класика в историческа и теоретична перспектива” поставя теоретичната рамка, върху която се гради анализът в дисертационния труд. Основната задача на тази глава е системно да изследва параметрите на учебно-помощните издания на литературната класика като издателски сегмент.

Учебно-помощните издания на литературната класика се разглеждат като социално значим издателски феномен, на който се отделя по-особено внимание от страна на държавата и обществото. Като допълнение за часовете по литература в средното училище те са съобразени с интересите на целевата аудитория, решават широк комплекс от учебни задачи, като основната им цел е да дадат възможност на ученика да получи допълнителни знания и информация за интересуващите го автори и произведения.

В първа глава се маркират предпоставките за възникването на поредиците, степента и критериите на селективност на подбрения материал, моделите за структуриране на отделните елементи, съставлящи изданието.

Първият параграф проследява как зададените от Министерството на народното просвещение непосредствено след Освобождението изисквания и параметри на този тип издания продължават да работят във времето, включително и до днес. В хода на анализа става ясно, че още в този ранен етап на своето развитие поредиците се превръщат в обект на издателски интерес и професионална редакционна разработка и придобиват разпространение в издателската практика.

Специален параграф е посветен на първата известна ни издателска поредица с масов характер – „Ученишка библиотека” от 1902 година. Тя представя на читателите „произведенията на стари и нови класици, предвидени за училищно и домашно четиво при изучаването на литература в средните ни училища”. Съдържанието на „Ученишка библиотека” е съобразено с училищната програма в съответствие с изискванията на Министерството на народното просвещение. Материалът е структуриран в рубрики, като тук все още не можем да говорим за наличие на реален справочен апарат. Въпреки това наличието на паратекстове в тази първа поредица трябва да разглеждаме като важен структурен елемент, защото задава издателската ли-

ния, която се следва впоследствие и се практикува и днес – книга-допълнение на учебника и учебната програма, която е предназначена за ученици с цел самоподготовка. Това е една успешна издателска формула за продукт, който преследва приложни цели.

Важно е да подчертаем, че още на този ранен етап учебно-помощните издания на литературната класика безусловно се заявяват като двупластови. Забелязва се съчетаването на две основни издателски стратегии – образователна и комерсиална, оказали се устойчиви във времето и актуални и днес.

Следващата задача в дисертационния труд е дефиниране на учебно-помощните издания на класическа литература. Терминологичната конструкция учебно-помощно издание (на литературна класика) включва сложно прилагателно и съществително нарицателно. Сложното прилагателно се отличава с равнопоставени в смислово отношение основи (което обяснява и полуслятото им изписване): учебно (главна основа) – помощно (главна основа), т.е. изданието трябва да съдържа в себе си характеристиката на: учебен, в този смисъл от него се очаква да конкретизира базисни образователни цели; и, от друга страна, помощен, като допълващо учебника издание, подпомагащо разширеното и задълбочено усвояване на литературния материал. Учебно-помощното издание на литературната класика е официално утвърдено издание, което съответства

на учебната програма по литература, и частично заменя и допълва учебника по литература. Съпровождащата статия и справочният апарат, както и художественият текст, са с обучаващ характер и са призвани да подпомагат общуването с текста.

Учебно-помощното издание на литературната класика определяме като: вид учебна книга, която допълва и разширява учебника по литература и е съобразена с учебната програма. Издание, чиято цел е да бъде обхванато всичко от българската и чуждата литература, което се изучава в средното училище. Помощен издателски продукт, от който се очаква да създаде възможност за повишаване литературното образование на ученика. Специфичен издателски продукт, самостоятелен в рамките на издателската традиция и практика. Хибриден вид, отличаващ се със своеобразен подход при структурирането на художествения текст и подбора на паратекстове. Издания, превърнали се в особен сегмент както в учебното, така и в литературнохудожественото книгоиздаване.

Първа глава включва и анализ на адаптираните издания, които днес все по-често се появяват в издателските каталози. Основната цел и на адаптираните поредици, както и на традиционните учебно-помощни издания на литературната класика, е да са в помощ при достигането на определени резултати в литературно-образователния процес. Структурата на адаптираните издания частично

се припокрива с тази на учебно-помощните издания на литературната класика. Отличителен белег при тях е съчетаването между традиционните структурни елементи (паратекстове и коментари) и подменения с преразказ художествен текст. Тази тенденция води до намаляване на образователната им функция и на нивото на компетентност на техните ползватели. Проблемът за качеството на тези издания може да се разглежда и като редакционно-издателски (днес често се забелязва появявата на поредици, в които отсъства редакторската обработка), и като методически (подменената структура намалява образователната стойност на изданията). Отнесено към анализа на литературните учебни поредици – опростяват се доказаните структурно-съдържателни схеми, прилагани от специализираните издателства, и на пазара се налагат нови, комерсиални поредици.

В следващия параграф на първа глава учебно-помощните издания на литературната класика са разгледани като успешни проекти на издателски поредици. Серийният принцип на издаване е широк прилаган при разглежданите от нас издания. В съответствие със съществуващото определение те са длъжни да притежават единство на замисъл, тематика, целево и читателско предназначение, формат (на вътрешните и външните структурни елементи). По този начин таргет групата е напълно обезпечена. Тъй като списъкът с каноничните произведения постоянно се попълва, определяме учебните поредици с класиче-

ски литературни текстове като отворени издателски серии. Съгласуването между отделните автори и произведения в поредицата говори за последователното отстояване на единен издателски проект. Издателската серия е един удобен начин на издаване, който намалява разходите по целия процес – от производството до придвижването ѝ до пазара.

Следващата задача на изложението предполага изясняване на структурно-съдържателните характеристики на учебно-помощните издания. Един изключително важен процес, който се осъществява в началния етап от работата върху изданието, защото структурата се възприема като единно цяло, което задава характера и подредбата на съставлящите го компоненти. Основен елемент тук е художественият текст, около който се подреждат разделите, подразделите и параграфите. Всички останали компоненти трябва да бъдат организирани спрямо него. Отделните структурни компоненти имат различно значение от гледна точка на общата концепция както за изданието, така и за поредицата. Поради това условно можем да разделим текстовете на три основни групи: художествен, пояснителен и допълнителен текст, които са с различни функции и изпълняват различни задачи. Поредиците са система от елементи, които носят в себе си различна по същност информация – художествен текст и паратекстове, които при правилно структуриране, се допълват и надграждат.

Учебно-помощните издания по литература имат институционален характер, поради което са сложни като замисъл, структура, състав и функция. В каква степен всички познати ни поредици (в своето многообразие в структурно отношение) отговарят на изискванията не само на държавните образователни стандарти и учебни програми по литература, но и на издателските стандарти и очаквания на крайния потребител е въпрос, чийто отговор търсим в хода на съпоставителния анализ, осъществен във Втора глава.

Втора глава – Учебно-помощни издания на класическата литература в България (1990-2010). Съпоставителен анализ.

В хода на изследването са изведени два модела, използвани в структурирането на учебно-помощните издания на класическата литература, като сме се опитали да покажем техните предимства и недостатъци. От направения анализ на вътрешните и външните характеристики на поредиците извеждаме различните издателски решения, които варират в широк диапазон, което ни позволи да говорим за различия между тези на пръв поглед идентични издателски продукти.

В разработката на структурата някои редколегии предпочитат написани за конкретния проект критически разработки на задължителните автори, включени в програ-

мата за зрелостен изпит и в кандидатстудентските справочници. По такъв начин те предлагат съвременни и актуални знания върху цялостното творчество на авторите. За тях твърдим, че имат елитарен характер. Други поредици предпочитат по-опростена структура: литературното произведение, съпроводено или от речник, или биографични бележки за автора. Анализът на оригиналността на редакторските концепции, принципите на организиране на структурата на поредиците, подбора на паратекстовете и функциите на познатите ни поредици ни позволяват да ги разделим в две големи групи:

Конвенционални поредици – обмислени проекти, придържащи се към установените в практика правила и елементи. Те залагат на детайлен анализ и интерпретация, като формират система от приложения и предговори. Този редакторски подход развива представата за литературата, която може да подпомогне личностното и литературното развитие. В рамките на конвенционалните поредици се вижда ясно заявена редакционна концепция, която е теоретично обоснована в литературно отношение и съобразена с държавните стандарти, професионалните критерии, и литературната методика. Конвенционалните поредици се отличават с вътрешно богатство на предлаганите оценки и анализи, на материалите, които илюстрират различни интерпретационни подходи към литературата. Издателите търсят различни акценти за даден автор или творба, като

дават превес на достоверността и професионализма. Така крайният потребител, в зависимост от личните си нагласи ще може да се запознае с художествения текст и различните му критически интерпретации.

Успоредно с конвенционалните поредици в изследването е изведен и друг вид, който определяме като **комерсиални поредици**. Те са с опростена структурно-съдържателна конструкция и справочен апарат. Комерсиалните поредици се различават значително и в останалите параметри като: адрес, функции, цел. Анализирани са отделни издателски актове (като бързата реакция спрямо измененията в читателските предпочитания), които водят до трансформация и подмяна както в структурно, така и във функционално ниво. Комерсиалните поредици са еднотипни и предоставят по-ниска степен на познание. Това ни дава основание да ги наречем още поредици на липсата и отсъствието. Те обаче се радват на търговски успех поради добра реклама и успешни маркетингови стратегии, прилагани от издателите им.

Специално внимание във втора глава е отделено на визуалната страна на изследваните издателски поредици. Изяснено е стратегическото отношение на издателите към преобладаващите шаблонни композиционни решения, които се превръщат в основна характеристика на кориците. Корицата е сякаш сред най-непроменяемите елементи в тези поредици и издателите имат своите мотиви за непа-

зарния им дизайн. Като масови ученически издания ниската корична цена е една от основните им характеристики. Тук откриваме специално търсена издателска стратегия – икономичност. Поради това се отхвърлят сложните дизайнерски разработки и се залага на най-традиционните графични решения с пестеливи послания. Издателите избират меката, непретенциозна корица, което ни препраща към ергономичността, удобството и „здравословната употреба”, но в случая това значи „преносимост и лекота на книгата, т.е. удобство за носене [...].” (А. Бенбасат).

Трета глава. Пазарни стратегии и практики за реализация на учебно-помощните издания на литературна класика.

В тази глава дефинираме пазарния потенциал на бизнес средата, в която избират да работят различните издатели на учебно-помощни издания на литературната класика. Пазарният анализ е не само една от основните предпоставки за успешно книгоиздаване, но и определен етап от процеса на стратегическото планиране и управление.

Пазарните реалности в началото на изследвания период (90-те години на XX в.) показват дефицит на нови учебно-помощни издания на литературната класика, практически приложими в реалната образователна ситуация. Търсенето е по-голямо от възможностите на предлагането. Това води до растеж в издаването (и съответно в пред-

лагането) на подобни поредици, поради което предлагането се изравнява с търсенето и постепенно започва да го превишава. Вследствие появата на големия брой издатели в този относително малък сегмент, пазарът значително се променя. Позовавайки се на дисбаланса между търсенето и предлагането, днес вече можем да говорим за дефицит на потребители.

Като основни предимства на анализирания пазарен сегмент извеждаме:

- Рентабилност и сравнително сигурна реализация на продукцията;
- Издаване на книги без авторски права;
- Потенциал за развитие и привлекателност на сегмента;

След изведените предимства на пазарния сегмент разглеждаме различните издателски стратегии и практики, които в тяхната съвкупност отразяват конкурентоспособността на продуктово, фирмено и отраслово ниво. Стратегическото поведение е реализиран избор, който управлява процесите, чрез които издателството се свързва и се приспособява със своята външна среда. То е в основата на ходовете, чрез които издателството ще отговори на промените и предизвикателствата на пазара. Там, където стратегиите са внедрени правилно, издателствата са по-стабилни, с по-висок пазарен дял, финансова рентабилност, нарастване на продажбите. Основният извод до който

достигае е, че колкото по-адаптирано е стратегическото поведение на едно издателство към условията на неговата външна среда, толкова то е по-успешно и по-рентабилно. Чрез конкретното проучване очертаваме и преобразяването на издателската бизнес среда в периода 1990–2010 година.

В следващия параграф на трета глава извеждаме спецификата на учебно-помощните издания като пазарен продукт. От общите характеристики на книгата-стока извеждаме тези на учебно-помощните издания на литературната класика. Като пазарен продукт те придобиват различни качества, които допълват основните им функции. Обособяваме ги като група продукти, които задоволяват точно определени потребности, с относително еднаква динамика на честота на покупката им.

Специален параграф е посветен на пазарните и маркетинговите техники. Рекламните стратегии са свързани с пазарните цели, които издателството си поставя, с текущите маркетингови проблеми и отговори на основните въпроси, свързани с целевия пазар: как да се привлекат клиенти, какви ползи или изгоди може да им предложи издателството със съответното продуктово предложение, и какви средства ще допринесат за ефективността на рекламата, осведомяваща клиента.

Предвид спецификата на литературните учебно-помощни издания като пазарен продукт от рекламните пос-

лания се изисква превръщането на стандартните методи за реклама в по-разчупени рекламни послания, които се фокусират върху интелектуалната и художествената стойност на този продукт. Целта на издателската реклама е да привлече вниманието към продуктите и да стимулира закупуването на книги. В анализа са приведени примери с реални рекламни текстове, анотации и карета, използвани в каталозите, на гърба на кориците на книгите и в издателските сайтове.

В маркетинговите и рекламните методи отчетливо се откроява и двупластовостта на учебно-помощните издания. При тях стандартните рекламни техники не винаги работят достатъчно ефективно. Поради това издателите акцентират на няколко специализирани подхода при въвеждането и задържането на поредиците на пазара. Можем да ги определим като утвърдени комуникационни канали между издатели и клиенти, чрез които изданията достигат по-бързо до своите потребители, проправяйки си път през общия поток от рекламни послания. Това са: Гриф „Одобрено от „МОН”, срещите с учителите и директорите на училищата и даряването на книги. Ефективността на традиционните стратегии постоянно намалява, тъй като потребителите не виждат уникалността на офертата, докато специфичните рекламни стратегии се превръщат в индивидуални подходи и творчески решения.

След анализа на рекламните и промоционалните стратегии и натрупания издателски опит, можем да обобщим, че издателите умело съчетават традиционните и специфичните рекламни механизми, с които оказват въздействие върху своята таргет група. Всеки издател избира различни канали, за да достигне поредицата му до по-широк кръг от потребители, макар че не всички използват креативност в създаването на рекламните си съобщения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С настоящата дисертация успяваме да докажем, че учебно-помощните издания и поредици на класическата литература са специфичен издателски продукт, открояващ се със своето постоянно място не само в световния, но и в българския социум. Тези издания освен своя история, притежават собствени типологически признаци, собствена структура, собствена визия, собствен маркетинг, отличаващи ги от други, близки на тях издания. Целта, която дисертацията си поставя, а именно да изследва и анализира *спецификата* и *индивидуалните* качества на издателските поредици в теоретичен, функционален, съдържателен и пазарен план, смятаме за постигната.

С това е свързано и категоричното доказване на работната теза в дисертацията, според която *учебно-помощните издания на литературната класика са устойчиви в структурно-съдържателно отношение, устойчиви като издателски поредици, като автори и текст, като редакторски екипи. Устойчиви на институционално ниво: зависими от учебните програми по литература, от ДООИ, като изисквания. Устойчиви на пазара като издателски проекти, пазарни продукти, създаващи конкурентна среда.*

НАУЧНИ И НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ РЕЗУЛТАТИ И ПРИНОСИ

Приносите и резултатите на настоящото изследване могат да се търсят в няколко посоки:

1. За първи път се осъществява целенасочено, систематично изследване на учебно-помощните издания на литературната класика като издателски поредици. Въпреки дългото им присъствие в исторически план и важното им място в социума, в издателската практика и на книжния пазар до този момент те не са били предмет на самостоятелни комплексни изследвания.
2. В теоретичната част на изследването е изведена типологията и е дадена собствена дефиниция на понятието учебно-помощно издание на литературната класика.
3. Осъществена е систематизация на значителния брой издателски поредици от учебни издания на литературната класика, чрез които се валидизират направените в дисертационния труд наблюдения и изводи.
4. В изследването за първи път учебно-помощните издания на литературната класика се разглеждат от книговедско-книгоиздателски аспект като

единна работеща система от институционални, редакционно-издателски, концептуални, пазарни и маркетингови стратегии и практики. Получените резултати са принос към теорията на литературно-художественото и учебното книгоиздаване.

5. За да получат наблюденията и изводите още по-широк хоризонт, в изследването се реконструира възникването и институционалното начало на тези хибридни издания. Доказва се, че санкцията „одобрение” от Министерството на народното просвещение се използва като стратегически издателски похват, който има устойчива взаимовръзка с пазарния успех на тези издания и поредици и до днес.
6. Приносен момент в дисертацията е представянето на първата литературна учебно-помощна поредица, появила след Освобождението – „Ученишка библиотека” (1900–1902 г.), издадена от печатница „Опит”, Шумен.
7. Очертани, класифицирани и анализирани са издателските стратегии и практики при структурирането на учебно-помощните издания на литературната класика под влиянието на пазарните реалности. На тази основа за първи път е осъществен съпоставителен анализ между т.нар.

конвенционални и комерсиални поредици на учебно-помощни издания на литературна класика.

Приносен характер притежава практико-приложната част от изследването. Неговата теоретична част би могла да подпомогне преподаването на различни книговедски и книгоиздателски дисциплини във висшите училища. Някои от анализираните проблеми биха били интересни и полезни за издателите, решили да включат в каталозите си такива поредици. Резултатите от изследването (структурен модел на учебно-помощни издания на класическата и съвременна литература в България) могат да бъдат препоръчани при евентуалното бъдещо усъвършенстване на структурата и визията на издателските поредици от гледна точка на тяхното предназначение и функционалност.

СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ:

1. Колко важни са малките книги? // *Библиотеки*, четене, комуникации : Сб. с доклади от десетата науч. конф., ноември 2011 г. – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2012, с. 210-220.
2. Библиография на трудовете на проф. Алберт Бенбасат. // *Библиотеки*, четене, комуникации : Сб. с доклади от десетата науч. конф., ноември 2011 г. – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2012, с. 103 – 145.
3. Подменени текстове. Издателски практики при проектирането на адаптирани издания. // *Библиотеки*, четене, комуникации : Сб. с доклади от десетата науч. конф., ноември 2012 г. – В. Търново : Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2013, с. 329 – 338.
4. Университетското книгоиздаване в България – подмененият образ на институцията. // *e-scriptum.com*. Хора в дигиталното! 12.05.2014. <http://e-scriptum.com/universitetskoto_knigoizdavane/> (03.05.2015)

Също и в : Книгоиздаване по време на криза : Сб. с доклади от науч. семинар Книгоиздаване по време на криза, проведен на 20-21 май 2013 г. във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. – София : Унив. изд. Св. Климент Охридски, 2015, под печат

6. Книжарските вериги – създаване на имидж и маркетингови манипулации // *Библиотека*, 2015 (под печат).