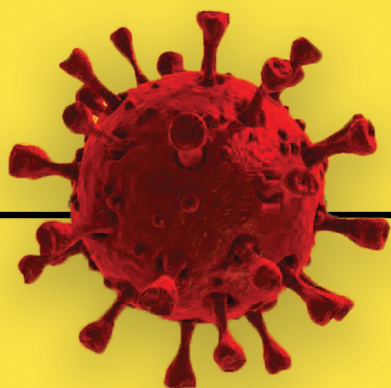


Боледуват
ли книгите?



БОЛЕДУВАТ ЛИ КНИГИТЕ?

Този сборник е създаден от студентите от втори курс, специалност „Книгоиздаване“, във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Книгата е творческият резултат от дисциплината „Учебно издателство – майсторски клас“ с преподавател гл. ас. д-р Георги Александров през академичната 2020/2021 година.

Боледуват ли книгите?

Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
София, 2021

© Александра Кутрянова, Александър Христов, Анна Ангелова, Богомила Пенчовска, Валентина Истаткова, Василена Гидикова, Вероника Георгиева, Виктория Алексич, Галина Григорова, Джулия-Бланка Герзилова, Елица Николова, Ивайло Аладжов, Иван Бонев, Ивелина Цвяткова, Ивлин Колева, Ивял Кабрамова, Кремена Димитрова, Кристин Добрева, Мари-Никол Маркова, Марта Трайкова, Микаела Илиева, Никол Георгиева, Санта Стоянова, Симона Горчева, Симона Николова, Цветомира Дачева – автори, 2021

© Елица Николова, Никол Георгиева – корица, 2021
Графичен елемент на корицата © gettyimages

© Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

ISBN 978-619-7567-06-9

Съдържание

Разказ с щастлив край 9

ИЗПИТАНИЕ БЕЗ ГРАНИЦИ

Марта Трайкова

Подкрепата за книгата 13

Валентина Истаткова

Всичко започва в една книжарница 25

Богомила Пенчовска

Британският отговор 35

Александра Кутрянова

Вздор, книга моя, не хандри 41

Кристин Добрева

Неочаквано добра година 47

КНИГОСПАСЕНИЕ

Иван Бонев

Нов ритъм за книгоиздаването 59

Ивайло Аладжов

Книжните войници срещу невидимия враг 67

Александър Христов

Кръгозорът на издателския бизнес 79

<i>Никол Георгиева</i>	
Полет в пандемия	85
<i>Микаела Илиева</i>	
Книгата е жива	91
ЕДИН КЛИК, МИЛИАРДИ КНИГИ	
<i>Кремена Димитрова</i>	
Между кризата и верните читатели	101
<i>Виктория Алексич</i>	
Електронните книги отново в подем	111
<i>Цветомира Дачева</i>	
Новият лек срещу изолацията	117
<i>Анна Ангелова</i>	
Онлайн книжарниците не затварят	127
<i>Василена Гидикова</i>	
Когато училището се премести вкъщи	133
<i>Галина Григорова</i>	
Най-прекият път към читателя	143
<i>Елица Николова</i>	
Добре дошли в интернет	151
<i>Санта Стоянова</i>	
Панаири от нов вид	161
<i>Ивелина Цвяткова</i>	
Награди под карантина	169

ДУМИТЕ ЛЕКУВАТ

Джулия Герзилова

Книголечение 183

Ивлин Колева

Виртуалното книжно общество 193

Вероника Георгиева

Книгите, които вирусът ни върна 207

Ивял Кабрамова

Приносът на библиотеките 215

Симона Горчева

Заедно 231

Симона Николова и Мари-Никол Маркова

Четене по време на пандемия 237

Благодарности

247

Разказ с щастлив край

Ето, държите в ръцете си тези страници, всяка една от които – написана с усърдие, създадена с отдаденост, прикрепена към другите с научени уроци по отговорност и разбирателство.

Държите този необхватен спектър от емоции във всяка буква, всяка запетая, за да бъдат разказани историите на книгосъздатели, книгопазители и книгоразпространители, опитали се да спасят всички ни... спасявайки книгите. Нашият сборник ще разкрие през какво преминават малки и големи издателства, писатели и читатели, книжарници и библиотеки, докато коронавирусат властва по света.

Преди това нека разкажем за нашето учебно издателство, съставено от студенти, стъпили на прага на книжния свят. Нека разкажем нашата история. Тя се оказа не само вдъхновяваща за нас самите, но и драматична на моменти. Но всичко това я превърна в разказ с щастлив край.

Започнахме, изпълнени с големи очаквания. Справихме се със задачата си, научавайки дори повече – опознахме не просто процеса по създаването на една книга, опознахме себе си. Влязохме в ролите на автори и издатели и се почувствахме на място в тях. С помощта на професионалистите от книгоиздаването, с които се свързахме,

и чрез нашите проучвания научихме как се опазват книгите от кризите.

Усложненията не бяха малко. Първото – в лицето на пандемията – се появи в самото начало. Не беше лесна комбинацията на онлайн обучението с постоянните тревоги, предизвикани от вилнеещия вирус. Пишихме, обсъждахме, спорехме от разстояние, пръснати из цялата страна, но свързани от желанието да създадем нашата книга. Последваха притеснение, стрес, конфликти. Те надвиснаха над нас, отправяйки предизвикателство, но забравили най-важното: всеки проблем бе само още една възможност да станем по-добри, да продължаваме да учим, да докажем пред себе си, че можем да преодолеем всяко затруднение.

Изглежда, се справихме с предизвикателството.

Студентите от втори курс,
специалност „Книгоиздаване“
2020/2021 г.



Изпитание без граници



Марта Трайкова

Подкрепата за книгата

В много страни по света още през пролетта на 2020 г. се предприемат икономически и социални мерки да се намали пагубният ефект на пандемията от COVID-19 върху икономиката и обществения живот. В сферата на културата подкрепата се оказва не само от държавните структури, но и от граждански и професионални организации.

Книжният сектор е силно засегнат още от първата вълна на здравната криза. Когато пандемията достига Европа, много страни налагат мерки, включващи затваряне на така наречените „несъществени бизнеси“. Това означава, че книжарниците в редица страни в Европейския съюз, сред които Германия, Франция, Италия и Испания, трябва да преустановят работа. Затварянето на книжарници за няколко седмици или месеци обаче е само част от по-широкия спектър от видими последици върху книгоиздаването.

Първоначалното влияние върху продажбите през първата вълна на пандемията в Европа е бързо и драматично. Кризисната ситуация поставя въпроса за държавна подкрепа на книгоиздателската индустрия. Федерацията на европейските издатели сигнализира, че спадът в продажбите е средно около 25% и отправя призив за подкре-



па в отворено писмо до финансовите министри от Европейския съюз.

В много от европейските страни се предприемат икономически мерки за подпомагане на културните индустрии, включително книгоиздаването.

България

Единствената мярка, насочена конкретно към издателския бизнес в България, е дългоочакваното намаляване на ставката на ДДС от 20% на 9%. По-ниската ставка влиза в сила от 1 юли 2020 г. и ще се прилага до 31 декември 2021 г.

Друга мярка, от която издатели и книготърговци могат да се възползват, е така наречената „60 на 40“.¹ Държавната подкрепа е в размер на 60% от осигурителния доход на работниците и служителите, независимо от икономическата сфера на дейност. Първоначално мярката беше предвидена за последните три месеца на 2020 г. Прилагането ѝ беше удължено до края на март 2021 г., като за база на изчислението на финансовата помощ бе запазен осигурителният доход за октомври 2020 г.

Също приложим за служители на издателства и книжарници е и проектът „Запази ме“ на Агенцията по заетостта. Компенсацията е в размер на 75% от месечния осигурителен доход за октомври 2020 г. за съответната длъжност на служителя, за която са въведени временни ограничения за осъществяването ѝ. Периодът за получаване на компенсациите е до 31 март 2021 г.

¹ Започва третият етап на мярката 60/40. Агенция по заетостта. Government.bg [онлайн]. 2020 [видяно 1 декември 2020]. Достъпно на: <https://www.az.government.bg/bg/news/view/zapochva-tretijat-etap-na-mjarkata-60-40-3555/>.



Възможност за подкрепа на книгоиздателската дейност се съдържа и в предоставената от Национален фонд „Култура“ финансова подкрепа на български творци и артисти, пряко засегнати от въведената от Министерството на здравеопазването противоепидемична мярка за преустановяване на всякакъв вид масови мероприятия на територията на страната

Според анкета на Асоциация „Българска книга“ 74,6% от издателите и книготърговците определят намаляването на ДДС върху книгите като най-голямата подкрепа за книжния бизнес през 2020 г. Другите ефикасни мерки в помощ на бранша – кампаниите за захранването на библиотечните фондове и програмите на Национален фонд „Култура“, са посочени съответно от 20% и от 7,9% от анкетиранияте.²

Германия

Търговията с книги в Германия е силно засегната от пандемията. Затварянето на книжарници и анулирането на събития водят до значителен спад в продажбите.

Федералното правителство решава да смекчи последиците от кризата и подкрепя книжарниците като част от програмата „Нов старт за културата“ с общо до 10 милиона евро. Целта е да се повиши конкурентоспособността на книжарниците чрез разработване и установяване на цифрови канали за разпространение, дори при пандемични условия, с мярката за финанси-

² Намалената ставка на ДДС върху книгите: най-голямата помощ за книжния бизнес в условия на пандемия. Асоциация „Българска книга“ [онлайн]. 8 март 2021 [видяно 1 април 2021]. Достъпно на: <https://www.abk.bg/news/view/274/>.



ране „Дигитализация на каналите за дистрибуция на книжарниците“.

Издателите получават финансиране за разходи за печат и производство на новоиздадени книги, електронни книги, аудиокниги и календари. Книжарниците могат да кандидатстват за безвъзмездни необлагаеми средства за дигитализиране на каналите си за продажба.³

За издателите подкрепата цели започването на нови проекти или публикуването на отменените заглавия с помощта на програмата за финансиране „Печатни и производствени субсидии за издатели“. Освен това програмата насърчава и производството на аудиокниги и електронни книги.

За периода от 1 юли до 31 декември 2020 г. в Германия се въвежда временно намаление на ДДС върху книгите от 7% на 5%.⁴

Съгласно разпоредбите на Закона за определяне на цената на книгите, издателят сам решава дали цената на дребно ще бъде намалена поради намаляването на данъка върху добавената стойност и каква нова цена ще бъде определена, ако е необходимо.

В допълнение към държавните мерки, Асоциацията на германските книгоиздатели и книготърговци предлага правна помощ, както и съдействие за кандидатстване за краткосрочна работа, на засегнатите от пандемичната криза.

³ Neustart Kultur. Buchbranche. Börsenverein des Deutschen Buchhandels [online]. [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.boersenverein.de/beratung-service/neustartkultur/>.

⁴ FAQ zur temporären Mehrwertsteuersenkung. Börsenblatt [online]. [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.boersenblatt.net/service/boersenblattleser/faq-zur-temporaeren-mehrwertsteuersenkung-106225/>.



Обединеното кралство

Най-скорошната подкрепа, която британското правителство предлага на бизнесите за справяне с кризата, се нарича „Схема за задържане на работа“. Това включва поставяне на служител в отпуск. Терминът furlough означава временна промяна на работния статус, в който служителят не работи, но остава нает, за да бъде върнат, когато има нужда от него.

Правителството предлага безвъзмездни средства за покриване на 80% от заплатите, но до максимум 2500 британски лири на служител на месец. Всеки работодател има достъп до тази схема, независимо от размера или типа на бизнеса.

Работодателят трябва да получи съгласие от служителите, преди да ги постави в отпуск и да предостави тази информация на Британската данъчна агенция. Първите субсидии по тази мярка са изплатени в края на април 2020 г.⁵

Правителството въвежда и схема за подпомагане на самостоятелно заетите лица, като предвижда те да получават 80% от средния им месечен доход съгласно данъчните им декларации.

Правителството отпуска 10 хиляди британски лири безвъзмездно за най-малките фирми за търговия на дребно и 25 хиляди британски лири за средните бизнеси, в зависимост от това в коя част на Обединеното кралство се намират. В Англия и Уелс субсидиите се обработват автоматично чрез местните власти. В Шотландия книжарниците трябва да кандидатстват чрез своите

⁵ Coronavirus Q&A – Advice for Employers Croner Group. Croner [online]. [cited 30 November 2020]. Available from: <https://croner.co.uk/resources/business-advice/coronavirus/>.



местни власти, а в Северна Ирландия трябва да се заявят чрез Министерството на икономиката. Търговците на книги могат да получат безвъзмездна помощ за магазин, въпреки че в Шотландия безвъзмездните средства покриват само 75% от всеки следващ магазин.

Създаден е и механизъм за отпускане на заеми за по-малки фирми, които искат да вземат заеми между 2 хиляди и 50 хиляди британски лири. Заемите са напълно гарантирани от правителството и са безлихвени през първите 12 месеца. Освен това се предвижда гратисен период през първата година. При заеми над 50 хиляди паунда правителството подкрепя 80% от заемите до 250 хиляди паунда, които са безлихвени за първите 12 месеца и не изискват лични гаранции за кредитополучателя.

Правителството обявява, че магазините ще бъдат защитени от агресивно събиране на наеми и изисква да платят каквото могат по време на пандемията от коронавируса. Има временна забрана за събиране на задължения, направени между 1 март и 30 юни 2020 г., ако компанията не може да плаща сметките си поради пандемията. Въвежда се и мораториум върху изгонването на наематели на търговски площи за период от поне три месеца.

В помощ за бизнеса, който се бори с данъчни задължения поради въздействието на пандемията, правителството обявява също, че самостоятелно заетите лица могат да отложат следващото си плащане на данък, а фирмите могат да отсрочат плащанията на ДДС за следващото тримесечие.⁶

⁶ COVID-19 Support for publishers. Publishers Association [online]. [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.publishers.org.uk/coronavirus/>.



В допълнение към държавните мерки, засягащи книгоиздателския бизнес, Асоциацията на книготърговците обявява фонд от 50 хиляди паунда, за да помогне на членовете си да се подготвят да отворят безопасно отново своите книжарници при първа възможност.⁷ Фондът предвижда и безвъзмездна помощ за закупуване на прозрачни прегради или други защитни материали, както и комплект за безопасна сигнализация в книжарниците – подови стикери, плакати и стелажи.

Франция

Държавната помощ във Франция е два вида – текущи извънредни мерки и мерки за възстановяване от последствията от кризата.

Фонд „Подпомагане“ в размер на 25 милиона евро е осигурен от Националния център за книгата. Предназначен е за дребни търговци на книги и се регулира от местните власти.

Регионалните общини осигуряват фонд от 5 милиона евро в помощ на издателства с приходи от продажби под 10 милиона евро.

Финансова подкрепа от 6 милиона евро е предназначена за обновяване на оборудването на книжарниците. Стимулира се инвестицията в модернизация с цел подобряване на пространствата, за да се насърчи по-голяма посещаемост и продуктивност.

⁷ Booksellers Association – Coronavirus Resources for Booksellers. The Booksellers Association of the United Kingdom & Ireland Limited [online]. 2020 [cited 30 November 2020]. Available from: <https://www.booksellers.org.uk/industryinfo/industryinfo/Coronavirus-Resources-for-Booksellers/>.



Повече от 100 милиона евро са отделени от Министерството на финансите за установяване на равностойна и конкурентна среда между търговските вериги. Тази мощ може да бъде ползвана и от автори.

Въведени са специални мерки за транспортните разходи на книжарниците. От 5 ноември до 1 декември 2020 г. държавата взема участие в заплащането на транспортните разходи за книги, не само за бизнеса, но и на гражданите.

Други мерки, допълващи основните на правителството, взети от началото на здравната криза:

Фонд „Солидарност“ за компании с персонал до 20 служители и 2 милиона евро оборот. От средата на май 2020 г. 2845 книжарници и 1535 издателства се възползват от него. Остава достъпен до края на 2020 г. Авторите имат правото да се възползват от фонд „Солидарност“ от март до май 2020 г., а от данъчни облекчения – до края на годината.

Издателствата и книжарниците се възползват от програма „Временна заетост“, по която само през март и април 2020 г. са усвоени 17 милиона евро. Издателствата продължават да се възползват от нея до края на 2020 г. заради ограничителните мерки и неизбежното освобождаване на персонал. Фирми с регистриран спад на приходите от продажби над 80% ще бъдат напълно компенсирани.

Малките издателства с намаляване на оборота с повече от 80% са освободени от данъци между март и юни 2020 г., същото важи за автори, обвързани с договори през този период.

Книжарници с персонал до 10 души, които са принудени да затварят периодично заради пандемията, мо-



гат да се възползват от финансова помощ, освободена от данъчно облагане. За нея правителството отделя 10 милиона евро.

В края на май 2020 г. 729 книжарници и 298 издателства се възползват от мярката „Държавна гаранция за заем“ на стойност 115 милиона евро.

Интересна е мярката за стимулиране на книжарници и издателства, които издават или продават книги на френски език извън Франция – за тях Националният център за книгата предоставя първоначален извънреден план от 5 милиона евро.

Освен тези мерки за текущо подпомагане държавата предприема действия и по възстановителен план за периода 2021 – 2022 г.

Сред многобройните мерки планът включва продължаване на модернизацията на книжарниците, като към вече отпуснатите средства през 2020 г. ще бъдат осигурени още 6 милиона през 2021 г. Това ще позволи на книжарниците да организират по-добре своите онлайн платформи и да повишат електронните си продажби.

„Младите в книжарниците“ е образователна програма, която цели да насочи учениците от гимназиалния курс към местните книжарници и книжарски вериги, за да ги припознаят като част от обучението и развитието си. За тази програма френската държава е предвидила 3,5 милиона евро годишно за периода 2021 – 2022 г. За този двегодишен период обществените поръчки за попълване и развитие на библиотечните колекции ще достигнат 5 милиона евро.⁸

⁸ L'Etat renouvelle son soutien à la filière du livre. Ministère de la Culture [online]. 9 June 2020 [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/L-Etat-renouvelle-son-soutien-a-la-filiere-du-livre/>.



Съединените щати

Мерките и на щатско, и на федерално равнище целят подкрепа на малките и микропредприятия. Освен това програми, които насърчават възстановяването на книгоиздаването, се организират и финансират на доброволни начала от съсловни организации, фондации или местни общности.

Федералните мерки включват програми за опрощаване на заемите и защита на доходите. Например отпускат се безвъзмездна помощ в размер до 10 хиляди щатски долара на фирми, кандидатствали за заеми за компенсиране на икономическа вреда на малък бизнес поради COVID-19. Периодът на предоставяне на тези заеми обхваща цялата 2020 г.

На щатско ниво подкрепата, от която издатели и книгоразпространители могат да се възползват, са ресурси срещу безработица, информация за безвъзмездни средства и заеми, и общи бизнес ресурси за подпомагане на малкия бизнес.

Неправителствените организации създават различни кампании в подкрепа на издатели и книжарници, като например дарителски кампании, предварителна покупка на подаръчни сертификати, събиране на дарения в Благотворителна фондация на книжната индустрия. Издателските партньори предоставят информация и най-добри практики, които търговците да следват, когато провеждат литературни събития и свързани с тях онлайн изяви.⁹

⁹ Coronavirus Resources for Booksellers. The American Booksellers Association [online]. [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.bookweb.org/coronavirus-resources-booksellers#publisher/>.



В отговор на необходимостта от социална изолация и дистанционно обучение за най-малките: библиотеки, университети, книжарници и издателски бизнеси предоставят на потребителите и клиентите си удължен или безплатен достъп до дигиталните си архиви и обучения, онлайн събития и отстъпки при покупка на обучителни материали.

Професионални юридически организации предоставят и безплатна правна помощ за издатели и книжари.¹⁰

¹⁰ L4GG Announces Nationwide COVID Small Business Legal Clinic Project. Lawyers for Good Government [online]. 27 March 2020 [cited 1 December 2020]. Available from: <https://www.lawyersforgoodgovernment.org/blog/2020/3/27/14gg-announces-nationwide-covid-19-small-business-legal-clinic-project/>.

Валентина Истаткова

Всичко започва в една книжарница

Затварянето на книжарници, отмяната на книжни събития и общата несигурност поставят издателската индустрия и книготърговията под голям натиск. В такова време издатели по целия свят предприемат мерки, за да спасят бизнеса си. Много от тях разчитат на правителствени пакети от икономически стимули, които да им помогнат да оцелеят в тази трудна ситуация.

Ако издателската индустрия може да бъде възприемана като глобално семейство, това никога не е било по-очевидно от сега, на фона на сюрреалистичната пандемия. Като пример може да се даде постигнатото в две от най-силно засегнатите от пандемията страни – и в здравно, и в икономическо отношение – Италия и Испания.

Италия

Издателите в Италия първоначално не получават значителна помощ от правителството.

Асоциацията на италианските издатели публикува ежедневен бюлетин за ситуацията и има специален раз-



дел на сайта си, включващ връзки към информация за различни форми на държавна подкрепа.¹ Асоциацията организира уебинари за членовете си по специфични теми. Присъединява се към две други професионални организации в няколко призива към италианското правителство за подкрепа на сектора чрез незабавна намеса.

На 11 май 2020 г. Асоциацията стартира кампанията „Бъдещето е отворена книга“, която продължава една седмица и включва най-големите вестници и техните сайтове, както и на издателствата за учебна и академична литература. Целта е да се засили ролята, която тези издателства играят по време на пандемията, и да се подчертае значението на дистанционното обучение. Освен това редовно публикува информация за въздействието на пандемията от коронавируса върху издателската индустрия.

Рикардо Франко Леви, президент на Асоциацията на италианските издатели, и служителите му в Милано издават доклад за напредъка на един от най-силно засегнатите пазари в Европа. Първоначално най-тежкото поражение на европейските пазари е през пролетната атака на пандемията през 2020 г. Но между юли и септември Италия стеснява загубите на своя книжен бизнес в търговския сектор от 20% през април на 7% в края на септември. Тази оптимистична новина идва в момент на задълбочаваща се загриженост за пазара, тъй като различни международни новинарски медии съобщават, че страната е регистрирала най-високия ръст на случаите на коронавирус в Европа.

По данни на Асоциацията на италианските издатели 37% от хората, закупили книги онлайн, за първи път из-

¹ Associazione Italiana Editori: AIE. La bussola: come muoversi nell'emergenza Covid-19. Associazione Italiana Editori [online]. [cited 28 November 2020]. Available from: <https://www.aie.it/labussola.aspx/>.



ползват интернет за покупка на книга. През първите 16 седмици на 2020 г. 47% от продажбите на художествена и нехудожествена литература се извършват в онлайн магазини в сравнение с 26,7% през предходната 2019 г. Масовият пазар запазва своя дял от 7,3%, докато делът на книжарниците спада от 66,2% на 45% от общите продажби. Между 9 март и 12 април, а именно по време на седмиците на първата обща карантина, продажбите на книжарниците спадат средно с 85%. Тези, които успяват да запазят лоялността на клиентите и да изградят своето онлайн присъствие, отбелязват по-малък спад на продажбите от 71%, тъй като продължават да извършват своите дейности чрез доставки по домовете. Мрежата става все по-стратегически важна: 64% от читателите заявяват, че покупките им се основават на препоръки от блогове, специализирани сайтове или социални мрежи. Преди кризата техният дял е бил 59%.

Поставяйки нуждата от повторно стартиране на самото четене в Италия, Леви казва, че нарастването на знания, култура и образование в страната е най-добрият начин за излизане от кризата и изграждане на *по-добра Италия*. За него подкрепата и популяризирането на четенето трябва да заемат централно място в политическия дневен ред. Данните за четене всъщност отчитат национална ситуация, която показва държава, разделена на две, в която изоставането на Юга в четенето е много по-изразено. Предложенията на президента на Асоциацията на италианските издатели имат четири ключови елемента²:

² Anderson, Porter. Coronavirus Impact: 77 Percent of Italy's Small Presses May Close. Publishing Perspectives [online]. 18 June 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/06/coronavirus-impact-77-percent-of-italys-small-presses-may-close-covid19/>.



- План за закупуване на книги от обществени библиотеки;
- Програма „Добри книги за семействата“ за родители с деца, които сега започват училище;
- Целева финансова подкрепа за книжарниците и малките издателства;
- Фонд от 30 милиона евро, включващ 10 милиона за данъчен кредит за книжарниците и 20 милиона за разширяване на обхвата на италианската програма „18App“ върху цялото семейство, която сега осигурява пари за младежите, навършващи пълнолетие, за продукти от творческите индустрии.

Книгоиздаването претърпява сериозни щети от пандемичната криза, но в същото време показва изненадваща способност да реагира и да се адаптира към новата среда.

Асоциацията предлага да се намеси, като се фокусира върху възстановяването на работата в училищата, университетите и издателствата, както и върху културния растеж на страната. Това спира загубите в повечето аспекти от издателския бизнес. Леви смята, че издателската индустрия трябва да бъде подкрепена, за да продължи напред, за да се запази значението на четенето.

През първите четири месеца на 2020 г. са продадени 8 милиона копия по-малко в сравнение със същия период на 2019 г., като книжният пазар отчита спад от 90,3 милиона евро.³

Към 27 септември 2020 г. продажбите на печатни книги за търговско потребление са на стойност 850 милиона

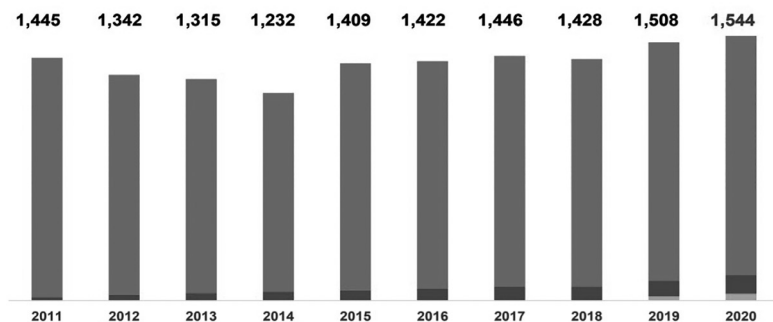
³ Anderson, Porter. Frankfurt Report: Italian Book Market Narrows Its Losses. Publishing Perspectives [online]. 15 October 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/10/frankfurt-report-italian-book-market-narrows-covid19-losses/>.



евро в сравнение с 914 милиона евро за същия период на 2019 г. Асоциацията на италианските издатели съобщава за спад от 64 милиона евро или 7% за първите девет месеца, което е успокояващ знак в сравнение с понижението от 20% през април и 11% през юли.

Италианските издатели се връщат към производството на нови печатни заглавия след ограничаването на нормалното производство до 77% през март и началото на април. През септември е изчислено, че приходите са спаднали само с 13%, за разлика от краха през пролетта.

Годишната равностетка на книгоиздателската индустрия в Италия за 2020 г. все пак е положителна. Приходите от продажби на книги за търговско потребление достигат 1,544 милиарда евро – най-високата стойност за последните десет години.



*Продажби на италианския книжен пазар за периода 2011 – 2020 г.
в милиони евро. © Associazione Italiana Editori*



Испания

Книжният сектор в Испания изразява загриженост относно недостатъчните мерки, предприети от правителството.

В началото на юни 2020 г. Федерацията на испанските книгоиздателски камари стартира кампанията „Всичко започва в една книжарница“.

Първият етап от кампанията се провежда в социалните медии, където читателите и авторите са помолени да опишат какво прави посещението на книжарница специално. Кампанията е провокирана от новината за отварянето на книжарници след пролетната национална карантина с цел да възобнови традиционен силния интерес на испанците към книжарниците.

Кампанията отразява и насърчава сближаването на книгоиздателите, а медийните публикации говорят за това как основните сдружения на издателския сектор обединяват усилията си, за да предприемат съвместни действия за книжарниците, които са били силно разклатени от кризата. Повторното отваряне на книжарниците активизира целия издателски сектор.

Слоганът на тази кампания носи особено ценно значение за испанската книжна индустрия. Ако трябва да си възвърнат приходите след месеци на икономическа разруха, издателите трябва да се надяват, че *всичко ще започне отново в книжарница*.

Обръщайки се към потребителите с предизвикателство да си спомнят какво означава за тях купуването на печатните книги от книжарница, сдруженията на издателската индустрия в Испания провеждат кампания за отваряне на критично важните търговски места за книги.



Проучване за читателските практики на испанците от лятото на 2020 г. установява някои много интересни факти⁴:

- Около 82% от читателите в проучването признават, че четенето на книги им помага да се справят с ограниченията на локдауна;
- При жените и хората под 35 години се наблюдава най-голямо увеличение на четенето;
- Седмичното време за четене се увеличава с 90 минути и достига средно 8 часа и 20 минути на седмица;
- Печатната книга остава предпочитаният формат за 83% от испанците;
- 38% от анкетиранияте посочват, че са чели електронни книги;
- 72% от анкетиранияте заявяват, че са започнали да пазаруват онлайн по време на общата карантина и това им позволява да продължат да придобиват книги, в сравнение с около 32%, които казват, че редовно купуват книги в цифрови канали за продажба на дребно още преди пандемията;
- „Амазон“ е оценен като най-добрият източник на онлайн книги, използван от 47% от потребителите в проучването, следван от „Каса дел либро онлайн“, който достига 10% от тях;
- за 70% от анкетиранияте деца на възраст под 14 години четенето на книги помага за справянето с кризата и изолацията;

⁴ Anderson, Porter. Spain's Book Market: 40 Percent More Online Buying During Lockdown. Publishing Perspectives [online]. 21 July 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/07/spain-publishers-release-study-on-coronavirus-pandemic-reading-patterns-covid19/>.



- В домашното обучение по време на общата карантина, използването на учебници се възприема от 57% от родителите като инструмент, който прави обучението по-задоволително, по-опростено и качествено.

На 21 юли 2020 г. Федерацията на издателските гилдии на Испания обявява резултати от ново проучване за навиците и моделите на четене по време на пандемията. Според него четенето е съществен компонент на здравословното оцеляване във време на сътресения и опасности. И на второ място, то е направено, за да убеди правителството, че на книжния бизнес си заслужава да се помогне със субсидии, наречени „Пакт за книгите и четенето“.

В доклад за ролята на книгата и четенето по време на общата карантина в Испания се разкрива, че стресът от нея е увеличил броя на редовните читатели – тези, които четат поне веднъж седмично – до 57%, което е скок от 7% в сравнение с времето преди пандемията.

Потребителите посочват развлеченията и откъсването от ситуацията (97%), отмората (93%) и спокойствието (90%) като ключови ползи от четенето по време на изолацията, а 72% от анкетираните съобщават, че купуват книги онлайн за тази цел.

Испанската асоциация на образователните издателства потвърди, че работи с Министерството на културата и образованието, за да предостави ресурси на учителите, учениците и родителите. Правителството се среща с представители на творческите и културните индустрии с цел да осигури по-специфична подкрепа за тях.⁵

⁵ Пак там.



Инициативата „Какво започна в книжарниците“ е своеобразно продължение на кампанията „Всичко започва в една книжарница“. Тя се разработва чрез социалните мрежи и продължава осем седмици. Идеята е читателите и авторите да споделят видеоклипове, изображения и писмени коментари, в които разказват какво са започнали да правят през живота си в книжарница, какво прави едно преживяване в книжарница уникално и какви спомени за незабравими случки са запазили.

Професионалните организации на издателите в Испания са си поставили за цел да получат подкрепата на държавната администрация.

И докато публичната кампания се развива, за да накара всички да обмислят какво за тях е започнало в книжарниците, индустрията отправя три ключови искания към правителството⁶:

- Закупуването на книги чрез системата на книжарниците в цялата страна;
- Активиране на план за закупуване на книги за обществени, училищни и университетски библиотеки;
- Пускането на ваучер за книги, който като италианския „18App“, също ще служи за насърчаване на четенето сред испанците.

В трудните икономически условия, породени от пандемията, издателите и книготърговците в Италия и Испания успяват да преодолеят кризисната ситуация и да запазят бизнеса си.

⁶ Anderson, Porter. Coronavirus Response: Spain's Publishing Industry Mobilizes Bookstore Support. Publishing Perspectives [online]. 4 June 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/06/coronavirus-response-spains-industry-mobilizes-bookstore-support/>.

Богомила Пенчовска

Британският отговор

Британската книгоиздателска индустрия е втората по големина в Европа и една от водещите в света. Международното значение на английския език ѝ дава мощно конкурентно предимство. Обединеното кралство е световният лидер по приходи от износ на книги и издателски права. В издателския сектор работят близо 30 хиляди служители.¹

Глобалната пандемия от COVID-19 доведе до безпрецедентна ситуация за британското книгоиздаване. Проучване, проведено в периода май – юни 2020 г., доказва колко значими са последиците от нея за издателските компании. Огромна част от анкетираните издатели (89%) заявяват, че се е наложило да реорганизират работните си процеси. Сериозен проблем пред издателите е невъзможността да правят дългосрочни планове, тъй като не е ясно как ще се развие пандемията и доколко ще се отрази на приходите им. Близо половината от анкетираните (45%) посочват ускореното преминаване към

¹ Industry statistics. Publishers Association [online]. [cited 6 December 2020]. Available from: <https://www.publishers.org.uk/about-publishing/>.



дигитални формати и онлайн продажби като неизбежен преход в дейността им. Проучването очертава и другите предизвикателства пред книгоиздаването: нарушаване на ритмичните процеси за разпространение на книжната продукция; промяна в задачите на служители и сътрудници при работа от вкъщи; необходимост от съкращаване на персонал. Един от изводите на проучването е, че финансовият ефект от пандемията е особено тежък за академичните издателства. Те отлагат много от планираните издания, защото отливът на чуждестранните студенти от британските университети рязко намалява приходите им.²

Продажбите на печатни книги от британски издатели спадат с 55 милиона паунда през първите шест месеца на 2020 г. заради първия локдаун. През втората половина на годината обаче приходите от търговската реализация на печатните книги нарастват. Така общата им годишна стойност достига 1,76 милиарда паунда, което представлява растеж от 5,5% спрямо 2019 г. Пандемията съживява електронната книга. Този формат претърпява спад в продажбите си в продължение на шест поредни години, но 2020-а е различна. За първата половина на годината продажбите им се увеличават спрямо същия период на 2019 г. със 17% и достигат 144 милиона паунда. Положително влияе и отпадането на ДДС върху електронните книги – решение, ускорено от пандемията, влязло в сила от 1 май 2020 г. Увеличение на продажбите си през първото полугодие на миналата година постигат и аудиокнигите: 56 милиона паунда, или растеж от 42%. Ком-

² Moakes, Rebecca. The Impact of Covid-19 on the UK Publishing Industry. Maverick [online]. 26 September 2020 [cited 6 December 2020]. Available from: <https://www.maverick-os.com/news-events/insights/the-impact-of-covid-19-on-the-uk-publishing-industry/>.



бинираните продажби за двата дигитални формата за първото полугодие на 2020 г. са в размер на 199 милиона паунда. По всяка вероятност очакваната статистика за цялата 2020 г. ще покаже, че приходите от продажби на електронни книги и аудиокниги надминават рекорда от 2019 г. от общо 336 милиона паунда.³

Асоциацията на издателите в Обединеното кралство представлява издателски компании от различен мащаб и тематичен профил. Членовете ѝ публикуват електронни и печатни книги, научни списания и образователни ресурси в различни жанрове. Асоциацията обобщава информацията за мерките, предприети от издателите за справяне с последствията от пандемията, и споделя на сайта си техния опит, както и сведения за различните форми на държавна подкрепа за книгоиздателската индустрия.

В подкрепа на дистанционното обучение академичните издателства предоставят безплатен достъп до много от своите електронни ресурси за студенти и преподаватели. Сред тях са и издателствата на двата най-авторитетни британски университета в Кеймбридж и Оксфорд.⁴

Издателите на специализирана медицинска литература също разширяват достъпа до висококачествена и актуална информация за COVID-19. Медицинското списание „Лансет“ на издателската компания „Елсевиър“ създава свой собствен „Ресурсен център за коронавируса“,

³ Pandemic drives ebook and audiobook sales by UK publishers to all-time high. The Guardian [online]. 14 November 2020. [cited 6 December 2020]. <https://www.theguardian.com/books/2020/nov/14/pandemic-drives-ebook-and-audiobook-sales-by-uk-publishers-to-all-time-high-covid/>.

⁴ Publishing industry response to COVID-19. Publishers Association [online]. 2020 [cited 6 December 2020]. Available from: <https://www.publishers.org.uk/covid-19-publishing-industry-response/>.



където медици и изследователи могат да намерят цялото съдържание на списанието, свързано с проблематиката на пандемията от COVID-19. Информационната платформа „ЛексисНексис“ стартира специална страница за пандемията, съдържаща актуални новини, експертни анализи и коментари.

Издателство „Блумсбъри“ подкрепя независимите книжарници, като предлага препоръки за заглавия и споделя своите канали за електронна търговия. Ако книжарницата насочи своите клиенти към сайта на „Блумсбъри“ чрез уникален промоционален код, издателството ѝ връща 15% от стойността на покупката. „Пан Макмилън“ също подкрепят независимите книжарници с финансова помощ и насоки как да ангажират своите читатели чрез виртуални събития, онлайн сесии с четене на живо, електронно раздаване на автографи и активност в социалните мрежи. Стартират и виртуален клуб на книгата #PMread, в който представят разнообразни литературни произведения.

Авторите и илюстраторите са жизнената сила на издателската индустрия и понастоящем гарантирането на тяхната подкрепа е от първостепенно значение за издателите. Например подразделението за детска литература на „Саймън и Шустер“ организира майсторски класове за автори и илюстратори, като им предоставя и възможност да оповестят онлайн своите творби. Издателството е преместило почти всички събития и маркетингови дейности в интернет пространството, като поддържа връзки с медиите и предлага на своите автори да бъдат отразени чрез рецензии в техните комуникационни канали. Чрез платформата Netgalley компанията осигурява свободен достъп до своя архив с непубликувани ръко-



писи на детски книги. Издателите призовават детските писатели да прочетат откъси от произведенията си, които да бъдат качени във виртуалния клуб за най-младите им читатели.

„Пенгуин Рандъм Хаус“ стартират кампания за откриване на млади таланти и дебютиращи автори със семинари за творческо писане и електронно публикуване.

Обединеното кралство е силно засегнато от пандемията. Много издателства са в трудно положение. Книжарници затварят врати. Служители и сътрудници остават без работа. Много автори не успяват да публикуват книгите си.

Британската книжна индустрия обаче успява да се адаптира към случващото се в света. Независими издателства и книготърговци преминават към нов начин на работа и дори извличат много плюсове от необичайната ситуация. Големи и влиятелни издателства се мобилизират в помощ както на търговските си партньори, така и на своите читатели. Специализираните издателства разширяват достъпа до електронните си ресурси за студенти, преподаватели, медици, учители и ученици. Статистиката от британския книжен пазар също потвърждава, че Обединеното кралство е от страните, в които издателската индустрия се справя с последиците от пандемията от COVID-19.

Александра Кутрянова

Вздор, книга моя, не хандри

Отменени книжни проекти, съкращаване на производства, затворени книжарници, уволнен персонал. Пандемичната обстановка впоследствие довежда и до намаляване на относителния дял на четящите. Удивително е, че всичко това се случва въпреки домашната карантина, където книгата се предполага да е главният герой. Бавно тя започва да предава своята завоевана позиция.

Тази почти апокалиптична картина отразява книгоиздателската действителност в Русия. Мерките, взети спрямо новото предизвикателство COVID-19, очевидно са закъснели и недостатъчни. Паниката, създадена от първата вълна на пандемията, поставя пред изпитание не само професионалните книгоиздатели, но и милионите читатели.

По данни от 2019 г. в Русия са издадени 115 хиляди книги с общ тираж от 435,1 милиона екземпляра¹, а

¹ Книжный рынок России. Университетская книга [online]. 25 May 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2020/Bookmarket-2020-s-1111.pdf/>.



през първите седмици след появата на вируса продажбите на книги спадат с 50 – 60%.²

За съжаление, опасения за срив в книгоиздаването има не само сред читателите. В битката си за оцеляване издателите реагират. Иронията тук е, че първият цугцванг³, в който те попадат, е създаден от самите тях. Малките и средните издателства са принудени да повишат цените на книгите си. Така се разтърсва целият издателски бизнес: читателите просто нямат необходимите средства и книгата се превръща в предмет на лукс.

Книгоиздаването в Русия е съсредоточено в големите административни и икономически центрове – Москва, Санкт Петербург, Казан, Нижни Новгород. Огромната територия на Руската федерация допринася за нарастването на цената на книгите заради хилядите километри, които книгата трябва да премине, за да стигне в ръцете на читателите в най-отдалечените кътчета на страната.

Рязко намалява и тиражът на издадените книги: по-голямата част от предишните 100 – 200 хиляди бройки са вече в миналото. Пандемията налага 52% от тиражите да са по-малки от 1000 бройки, а многото затворени книжарници прекъсват ритмичността на паричния поток към издателите.

Омагьосаният кръг се затваря

Представители на книжарници и издателства бяха принудени да се обърнат към правителството на Руската

² Независимые книгоиздатели просят помощи у государства. Год литературы [online]. 23 March 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://godliteratury.ru/articles/2020/03/26/nezavisimye-knigoizdateli-prosyat-po/>.

³ В шахмата: неблагоприятно положение за играча, който е на ход. – Б. а.



федерация с призив за мерки за запазването на книгоиздателския бизнес в условията на пандемия. Две трети от професионалната общност са представители на малкия и средния бизнес, който е поставен под риск да бъде сериозно засегнат, ако промените не са бързи и ефективни.

Така се заражда петиция, която е общодостъпна за всеки, свързан с книгата – било издател, писател, редактор или библиотекар. Към декември 2020 г. петицията е подписана от почти 50 хиляди души, каквато е и заявената предварително цел. Сред исканията са отмяна на ДДС върху книгите, изработване на механизъм за пълна или частична компенсация на наемните плащания, отпускане на субсидии и кредити.⁴

Добрата новина е, че немалка част от исканията са приети и въведени в практиката с постановления на правителството на Руската федерация през април и май 2020 г.

На 23 юни 2020 г. се организира среща между ръководителите на водещи издателства и книготърговски компании, посветена на актуалната ситуация на руския книжен пазар и мерките за реално подпомагане на бранша. За целта се провежда анкета сред 180 издателства, за да се разкрият проблемните тенденции в бизнеса.⁵

Статистиката ясно показва, че на фона на отслабването на карантинните мерки, книжният пазар не само че не се възстановява, но продължава спада си. Причи-

⁴ Петиция представителей книжного бизнеса России. Change.org [online]. 26 March 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.change.org/>.

⁵ Как пандемия повлияла на книжную индустрию? Приморская краева публичная библиотека [online]. 29 June 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://pgpb.ru/news/detail/929/>.



ната остава същата – ниска покупателна способност на населението, както и съкращаване на броя на книжарниците с почти 40%. Стига се до парадокс – загубите в големите градове са в пъти повече в сравнение с по-малките селища, въпреки по-стабилното състояние на книгоиздателските компании в мегаполисите. Това се дължи на по-краткотрайните ограничения при пандемичните мерки в малките градове на Русия.

Забележително е, че според изследване на банката „Руский Стандарт“ в ситуацията на самоизолация през първите осем месеца на 2020 г., средната стойност при онлайн покупка на книга се оказва с 50% по-висока от тази в традиционните книжарници.⁶ За това допринасят най-младите книголюбители (клиенти на възраст под 21 години). Анализът показва, че най-голям процент от тях са учащи, които освен художествена, купуват и учебна литература.

За същия период общият брой на покупките на книги намалява с 34% в сравнение с 2019 г. Това е напълно разбираемо, тъй като повечето от закупените четива представляват учебна литература, а при прехода към дистанционно обучение необходимостта от нови учебници намалява. Според експертите в бъдеще учебната литература ще поддържа нуждите на хибридно образование (присъствено и дистанционно). Плановете са физическото присъствие на учениците в училище да бъде допълнено с цифрови устройства, което ще доведе до създаването на нови уникални продукти и програми за този вид обучение.

⁶ Средний чек онлайн-покупки книг на 50% выше офлайн. Русский Стандарт Банк [online]. 29 June 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.rsb.ru/press-center/news/2020/031120/чек/>.



Русия също попада в списъка на страните, където много важна роля започват да играят електронните книги и аудиокнигите, продажбите на които уверено нарастнаха с 30% в сравнение с предходната 2019 г.⁷

Любопитно е да се проследи промяната в жанровете предпочитания през периода на карантината към книгите, предлагани в аудиоформат. Повишено търсене се наблюдава при книги за световната икономика (+129%), фантастика (+84%), еротична литература (+80%) и книги по популярна психология (+77%). На другия полюс са изданията на бизнес тематика и пътеводителите, които отбелязват спад, съответно с 8% и 48%.

И още един парадокс

Русия преживява кризисен момент в приобщаването на децата и юношите към писмената култура. Проявява се парадоксална особеност – никога по-рано не е издавана толкова много литература за деца и юноши, колкото през 2020 г., включително електронни книги и аудиокниги. В същото време обаче се забелязва отсъствие на интерес към четенето при значителна част от населението (в това число и младите родители). Като проблеми остават неразвитата структура на книжната търговия, както и недостигът на средства при голяма част от обществото за закупуване на книги за домашните и обществените библиотеки. Освен това се наблюдава спад в интереса към познавателната литература, тъй като детската пе-

⁷ Локдаун: капканы и трамплины. Университетская книга [online]. 29 June 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/11442-lokdaun0kapkany-i-trampliny.html/>.



чатна продукция е предназначена основно за ученици в предучилищна възраст.⁸

Читателските навици се формират у човека в най-ранна възраст и изискват стимулиране през всички етапи от развитието на детето: от първите години на живота до периода на социална ориентация и зрялост.

По мнението на експертите, съвременният книжен пазар на Русия е изправен пред дълбока криза. Изключително важно е да се обединят усилията на всички – да се формират общи инициативи и да се защитят правителството всички възможни елементи, касаещи целия отрасъл. Оказаната на книжната индустрия подкрепа е важна не само за спасението ѝ в периода на пандемия, но и за по-успешното ѝ функциониране в бъдеще, съобразявайки се с новата реалност.

Въпреки всички проблеми пред руското книгоиздаване и книгоразпространение надделява оптимизмът сред специалистите и читателите. Особено актуални стават думите на световноизвестния руски поет Александър Пушкин: *Вздор, душа моя; не хандри — холера на днях пройдет, были бы мы живы, будем когда-нибудь и веселы.*⁹

⁸ Причини падения интереса к чтению как потребности познания мира. Инфоурок [online]. 11 February 2015 [cited 29 November 2020]. Available from: https://infourok.ru/prichiny_padeniya_interesa_k_chteniyu_kak_potrebности_poznaniya_mira-380360.htm/.

⁹ От руски: „Глупост е, душа моя, не унивай – след време холерата ще отmine, останем ли живи, все някой ден ще бъдем и весели“. Цитат от писмата до П. А. Плетнев. Преводът мой. – Б. а.

Кристин Добрева

Неочаквано добра година

Пуси улици, затворени училища, работа от вкъщи, безкрайни опашки пред лекарските кабинети – така изглеждаше Манхатън, сърцето на Ню Йорк, в края на изминалата 2020 г. В този период жертвите от COVID-19 в САЩ вече надхвърляха четвърт милион – повече от всяка друга страна, а заразените на ден достигнаха 100 хиляди души. Кризата вследствие на пандемията се отрази не само на здравеопазването, образователната система и туризма, но и на книгоиздателския бизнес. Издатели, книготърговци, автори, читатели – на всички се наложи да преразгледат приоритетите си, да обмислят подходите си и да намерят възможно най-доброто решение за справяне с кризата заедно. Издателската индустрия в САЩ успя да отвърне на предизвикателството, за да се справи с него и да остане опора на автори и читатели.

Рекордни продажби през пандемичната година

Подразделението на компанията „Нийлсен“ предостави информация и подробно разработени репортажи,



свързани с растежа на продажбите на печатни книги в сравнение с изминали години, данни, експертизи, анализи, помагащи както на търговци и издатели да развиват бизнеса си, така и на любопитни читатели да следят тенденциите в книжния пазар по време на пандемията (а и не само).

За период от няколко седмици по време на първата вълна на пандемията в Съединените щати продажбите отбелязаха спад спрямо същия период на предходната година. Книжният пазар обаче бързо се съвзе. Още през август 2020 г. бе отчетено, че добрите продажби от началото на летния сезон продължават и че американските издатели може би ще се радват на една неочаквано добра година. „БукСкан“, която обобщава пазарната статистика, потърси и причините за положителната тенденция. Установи се засилен интерес към детската, юношеската и учебната литература поради желанието на родителите да подготвят децата (и себе си) за новото предизвикателство – дистанционното обучение. Литературата за възрастни също отбеляза успех след спада си в ранния период на пандемията, като най-предпочитани бяха книгите на политическа тематика и тези, свързани с гражданските права, расизма и неравенството.¹

През октомври екипът на „БукСкан“ оповести, че за първите девет месеца на годината са продадени 505 милиона печатни книги, сравнено с 474 милиона

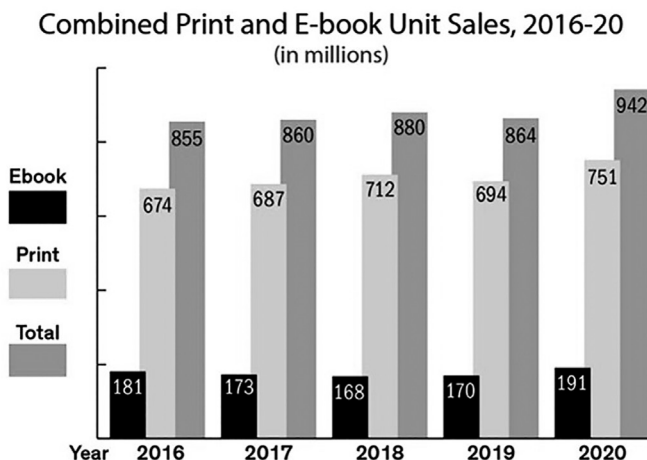
¹ McLean, Kristen. The U.S. Book Market: Strong Summer Sales Continue in August. NPD BookScan [online]. 31 August 2020 [cited 26 November 2020]. Available from: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/blog/2020/the-us-book-market-strong-summer-sales-continue-in-august/>.



през 2019 г. Растеж имаше и в продажбите на книгите в дигитални формати.²

Но дали нарастването на продажбите на печатни книги продължи и до самия край на изминалата година? През коледния период продажбите не достигнаха нивата от декември 2019 г., но въпреки това окончателната статистика за книжния пазар се оказа изненадващо добра.

Асоциацията на американските издатели потвърди, че 2020 г. е била една от най-успешните години за книгоиздателската индустрия.



Продажби на печатни и електронни книги в САЩ за периода 2016 – 2020 г. в милиони бройки. © NDP BOOKSCAN, PUBTRACK DIGITAL

² Anderson, Porter. NPD BookScan: US Market sees 6.4 Percent Growth Through Third Quarter. Publishing Perspective [online]. 20 October 2020 [cited 27 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/10/npd-bookscan-us-market-sees-6-4-percent-growth-through-q3-covid19/>.



Общите приходи от продажби на издателствата отстъпват на 2019 г. едва с 0,1%. Книгите за търговско потребление (без академичната, учебната и професионалната литература) обаче са постигнали растеж от 9,7% спрямо 2019 г. и са достигнали продажби от 8,6 милиарда долара. В количествено измерение 2020 г. дори постави рекорд с 942 милиона екземпляра продадени печатни и електронни книги.³

Когато бедата сплотява

Сред националните издателски организации, приложили редица мерки в отговор на нарастващото предизвикателство, е и Американската асоциация на издателите. Използвайки влиянието си, ръководството ѝ изпрати писмо до Конгреса, подкрепяйки апела на Американската библиотечна асоциация за 2 милиарда щатски долара държавни субсидии за обществените библиотеки. Асоциацията установи сътрудничество с Гилдията на авторите и Американската асоциация на книготърговците в подкрепа на независимите книжарници. Жест на партньорство беше и поканата, отправена към потребителите на нейния сайт, да посетят сайтовете на Американската асоциация на книготърговците, както и електронната платформа за продажби на книги от самопубликуващите се автори. Асоциацията допринесе и за подпомагане на

³ AAP December 2020 StatShot Report: Publishing Industry Down 8,5% For Month; Up 0,1% For Calendar 2020. Association Of American Publishers [online]. 25 February 2021 [cited 19 March 2021]. Available from: <https://publishers.org/news/aap-december-2020-statshot-report-publishing-industry-down-8-5-for-month-up-0-1-for-calendar-2020/>.



книжарите чрез фонд, управляван от благотворителната фондация „Книжна индустрия“.

С призови за сплотеност и взаимопомощ Гилдията на авторите, най-старата и най-голямата професионална организация на писателите в САЩ, си постави за цел подкрепата на професионалните литературни творци. С разрастването на пандемията от COVID-19 организацията проведе конференции за разясняване на програмата за подпомагане при безработица. Стартира и кампанията в социалните мрежи #SupportAuthors (#Подкрепете-Авторите), за да улесни разпространението на книгите на своите членове. Бяха публикувани видеоматериали с полезни съвети към авторите как да се свържат пряко с читателите и да предложат творбите си в интернет. Гилдията на авторите оказва подкрепа и на писателите, които не са получили възнагражденията си от издателствата или чиито договори са били прекратени вследствие на кризата.⁴

Асоциацията на американските книготърговци също реагира още при първата пандемична вълна, като предложи списък със стъпки, които нейните членове да следват в новата необичайна ситуация. Сред препоръките бяха да се търси съдействие от търговския представител на съответния издател, уведомяване в случай на затваряне на търговски обект, прилагане на мерки за киберсигурност. Предоставен бе и електронен формуляр за попълване, в случай че книготърговецът желае да сподели информация за своя магазин. Асоциацията насърчаваше онлайн продажбите, разпространението на електронни

⁴ COVID-19 Resources For Authors. The Authors Guild [online]. 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://www.authorsguild.org/covid-19-resources-for-authors/>.



книги, както и комуникацията на книготърговците със своите служители, наемодатели, издатели, клиенти и автори. Специална страница на нейния сайт предоставяше актуални предложения от издатели, търговци на едро, доставчици и други партньори в бранша. Обновяваше се информацията и за финансово подпомагане на федерално, местно и неправителствено ниво. Общодостъпна електронна таблица съдържаше данни за държавни ресурси за подкрепа на малкия бизнес с фокус върху безработицата, безвъзмездните средства и заемите. Сред посочените варианти за оказване на съдействие беше сътрудничество с Благотворителната фондация за книгоиздателска индустрия и възможността да се ползват безплатни юридически консултации. В платформата Google My Business бе налична опция за изпращане на ваучер, както и за откриване на дарителска кампания.⁵

Отговорът на издателите

Веднага след настъпването на пандемичната ситуация в Съединените щати Американската асоциация на издателите обособи специален сектор на своя сайт, който озаглави „Как издателите отговарят на кризата, за да подпомогнат обществото“. Това виртуално пространство беше запазено за представяне на инициативи и кампании в подкрепа на читателите. Най-многобройни бяха примерите за предоставяне на свободен достъп до елек-

⁵ Coronavirus Resources for Booksellers. American Booksellers Association [online]. 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://www.bookweb.org/coronavirus-resources-booksellers#publisher/>.



тронните ресурси на издателствата, най-вече за образователна и детска литература.⁶

Издателство „Кеймбридж Юнивърсити Прес“ предостави учебници на свободен достъп в интернет по време на кризата. Бяха публикувани повече от 700 заглавия, налични за студентите, без значение дали са били поръчани преди пандемията. Осигурен беше безплатен достъп до електронните библиотечни ресурси. Издателството стартира и кампанията „В подкрепа на всеки учител“ в партньорство с „Кеймбридж Асесмънт Инглиш“, като предостави безплатно, богато онлайн съдържание за обучение по английски език. Осигурено беше и виртуално пространство за научни публикации, свързани с разпространението на коронавируса. Университетските издателства в Пристън и Оксфорд също предприеха подобни инициативи, насочени главно към по-широк безплатен достъп до електронните варианти на своите издания.

„Макмилън“, „Пиърсън“, „МагГроу Хил“ са само някои от издателските компании, които осигуриха свободен или преференциален достъп до електронните си ресурси. „Хоутън Мифлин Харкорт“ обяви подкрепа за учители, преподаватели, родители и студенти чрез безплатни всекидневни занимания по математика и литература, както и професионална помощ за училищни директори. Много други издатели също се фокусираха върху дигиталното образование с цел да улеснят ученици, учители и родители при резкия преход към дистанционно обучение.

„Пенгуин Рандъм Хаус“ отговори на пандемичната ситуация с различни инициативи и благотворителни ак-

⁶ What Publishers Are Doing To Help During The Coronavirus Pandemic. Association of American Publishers [online]. 2020 [cited 26 November 2020]. Available from: <https://publishers.org/aap-news/covid-19-response/>.



ции. Сред тях бяха възможността за безплатно сваляне на аудиокниги и кампанията #ReadTogether, BeTogether (ЧететеЗаедно, БъдетеЗаедно), с която стимулира съвместното четене на глас на родители и деца.

Издателство „Сколастик“ също предложи широк спектър от дигитални материали, които да помагат на учениците да продължат образованието си без значение дали присъстват в училище, или учат от домовете си. Това включваше и платформата Learn at Home, която предложи както образователни онлайн занимания за деца на възраст между 4 и 10 години, така и разнообразие от дигитални програми за учители.

Още преди кризата да се разрасне неконтролируемо, списание „Пъблишърс Уикли“ предостави възможност да се наблюдават онлайн промените в планираните дати за издаването на книги. Читателите можеха да следят съобщенията за промените, обявени от издателите, които пък от своя страна можеха да актуализират информацията във вече съществуващия списък.⁷ Чрез обръщение на главния си редактор от 19 март 2020 г. списанието предложи безплатен достъп до броевете си, независимо дали читателят е абониран. Статии, списъци с бестселъри, отзиви и рецензии от богатата архивна база на списанието също бяха обявени за общодостъпни.

От първите плахи отзиви за непознатия вирус в началото на миналата година до масовото ваксиниране от 2021 г. светът успява да се приспособи към пандемичната ситуация, усъвършенствайки стари модели и внедря-

⁷ Book Publication Date Changes Due To The Covid-19 Pandemic. Publisher's weekly [online]. 3 April 2020 [cited 26 November 2020]. Available from: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/82905-book-publication-date-changes-due-to-covid-19-pandemic.html/>.



вайки успешни иновации. От здравеопазване до туризъм не остана индустрия, незасегната от кризата.

Книгоиздаването не беше изключение. Годишният резултат от книжния пазар в САЩ обаче доказва, че мислейки един за друг и помагайки си, автори, издатели, книготърговци и читатели могат да преодолеят принудителното дистанциране и да останат свързани, макар и с цената на може би прекомерното обитаване във виртуалното пространство. Доказва се, че процесът, доставящ най-голяма радост на мнозина издатели, е създаването на печатни книги. Четивата в дигитален формат обаче увеличиха популярността си, а онлайн книжарниците се откरोиха още по-ясно като новото виртуално убежище за милиони читатели.



Книгоспасение



Иван Бонев

Нов ритъм за книгоиздаването

Пандемията от COVID-19 промени живота ни. За да предпазим себе си, нашите близки, лекарите, които ни обгрижват, се наложи да останем дълго у дома. Дори хората, за които престоят вкъщи и почивката от делничните ангажименти бяха мечта, изпитаха затруднения от дългото бездействие и социалната изолация. В този труден момент за много хора книгата се оказа спасение от липсата на социални контакти и депресията. Животът в изолация бе труден и все още е труден за всички нас.

Книгоиздаването също изживява тежък период с много предизвикателства. Срещите с представители на различни издателства разкриват как професионалистите в книгоиздаването се справят в необичайната ситуация.

Издателство „Нике“

Издателство „Нике“ е създадено преди няколко години с цел да популяризира богатата гама на творчеството на Йордан Радичков. „Ноев ковчег“ и „Нежната спирала“ са само част от книгите, които издателството предлага на своите читатели. Разполага с подбран екип от хора, които



работят за него. Въпреки че търсенето на книги от издателството не се е повлияло от пандемията от COVID-19, извънредната обстановка е наложила част от неговия екип да бъде съкратена. В първите месеци от карантината Китодар Тодоров представи в ютюб канала си „Петък точно в пет“ книгата „Водолей“ на Радичков. От април 2020 г. всеки, който желае, може да закупи книги на издателството от платформата за онлайн търговия Booklover.

През април 2020 г. се проведе и първото издание на националната литературна награда, носеща името на Йордан Радичков. По време на извънредното положение се наложи издателството да отмени събитие в кино „Одеон“, както и изложбата със снимки от пътуването на автора до Сибир. Тази изложба трябваше да включи и документален филм за Радичков.

Читателите имаха възможността да закупят книгите на „Нике“ с предварителни поръчки и с отстъпки, докато течеше първата обща карантина. Сред заглавията бяха „Водолей“ на Йордан Радичков и „Чифликът край границата“ на Йордан Йовков. Две книги на издателството бяха със свободен достъп, с възможност да бъдат сваляни и четени безплатно – детската „Шарена черга“ и сборникът с разкази „Убий мухата“. От началото на пандемията до днес във фейсбук страницата на издателството се публикуваха много цитати от книгите на техния култов автор.

Българите, живеещи в чужбина, имат шанс да закупят книгите на издателството от книжарница „Четем на български език“.

От март до декември 2020 г. „Нике“ предложи томболи с книгите на Радичков. Миналата година те организираха и първата си онлайн изложба, проведена на Световния ден на книгата, отворена 24 часа, 7 дни в сед-



мицата, в която бяха включени и картините на София Попйорданова. През ноември отвори врати книжарницата им в София „One Book Bookstore“. В нея в продължение на една седмица се продава само по една книга. Първата книга, предложена в книжарницата, беше „Спомени за коне“ на Радичков.

Издателство за поезия ДА

По време на първите месеци от карантината затварянето на книжарниците повлия на разпространението на книгите от издателството и затрудни достъпа им до читателите по пряк път – каза Калоян Игнатовски, съосновател и редактор в издателство ДА. Феновете на издателството имаха възможност да правят покупки онлайн, както и в две известни книжарници – „Нисим“ и „Български книжици“.

Поезията е най-некомерсиалният литературен жанр. Издателството принципно почти не разчита на продажби и съществува благодарение на субсидии, като отпуснатите средства се влагат в качествени издания. В началото на пандемичната обстановка книгата „Марс“ на Владимир Левчев е номинирана за наградата „Христо Фотев“, а първият ѝ тираж е изкупен.

От 22 март 2020 г. всеки ден в рамките на 56 дни в социалните мрежи издателството публикува по едно стихотворение от своите книги. В продажба са пуснати много нови книги, сред които и „Преди да се затворят времената“ на София Бранц. Кризата не налага специален подход и рекламни кампании. Издателството разчита на малък кръг от читатели, които могат да се информират за предстоящите книги от социалните мрежи.



Във фейсбук страницата на издателство ДА са публикувани също много откъси от различни стихосбирки. През извънредното положение кампанията, в която се е включило издателството, е „Купи 1 книга“. Поради пандемията са били отменени няколко четения на живо в Младежкия театър. Два пъти издателство ДА участва със собствен щанд на панаириите на книгата в големите градове по време на пандемията.

Почти за всяка книга получаваме финансова подкрепа от различни институции, у нас и по света, и се опитваме да се вмести в определения бюджет. В този смисъл кризата не спъна издателските ни планове – споделя Калоян Игнатовски.

Издателство „Обсидиан“

„Обсидиан“ издава преводна литература от английски език, като най-новите заглавия излизат бързо след публикуване на оригиналите им.

Сред познатите на читателите автори са Халед Хосейни, Паулу Коелю, Джон Гришам, Дейвид Балдачи и Лий Чайлд. Въпреки че разпространението на COVID-19 се е отразило тежко на издателството, то е успяло да преодолее кризата с книги на известни автори. Ето какво сподели Вида Делчева, редактор и преводач:

В самото начало затворихме напълно. След това преминахме към дистанционна работа. После отворихме отново само търговския офис – с ротация на колегите, така че, ако един се зарази, да не се наложи да затворим отново напълно. Лека-полека отворихме и административния офис, като нито за момент не е преставала ротацията – работим наполовина от вкъщи, наполовина



от офиса, така че да се засичаме минимално. Когато се засичаме, говорим с маски и от дистанция.

Сред заглавията на „Обсидиан“ са „Едно на милион“ на Лий Чайлд, „Ветрове над Камино“ на Джон Гришам, книги на Иван Кръстев, „Книга на копнежите“ на Сю Монк Кид и „Това никога няма да стане. Раждането на „Нетфликс“ и удивителният живот на една идея“ на Марк Рандолф.

Издателството участва в кампанията „Купи 1 книга“. В началото на епидемията също в групата „Какво четеш...“ във фейсбук имаше и томбола с книга на „Обсидиан“ – „Лято в парк Авеню“.

От началото на пандемията до днес във фейсбук страницата на издателството могат да бъдат открити много анотации на книги. Там то информира феновете си, че детските книги на Паулу Коелю са пуснати в аудиоформат. Тази година „Обсидиан“ участва в книжните панаири в големите градове.

В периода 19 – 31 октомври 2020 г. в сайта на „Обсидиан“ се проведеха „Дни на съвременните писателки“. По време на кампанията издателството предложи 35% отстъпка на богата селекция от книги в различни жанрове, написани от жени. Сред заглавията бяха книгата „Парижката съпруга“ и книги на Нобеловата лауреатка Тони Морисън, актрисата Шърли Маклейн, Ерика Джонг. През октомври книгата „Едно добро дело“ на Дейвид Балдачи оглави класацията за бестселъри на книжарници „Хеликон“, а за ноември изборът се спря на „Детският влак“ на Виола Ардоне. Последователите на страницата на „Обсидиан“ във фейсбук можеха да прочетат интер-



вю със Сю Монк Кид, което тя даде по повод новата си книга „Книга на копнежите“.

Сдружение „Българска история“

Основна цел на Сдружение „Българска история“ е съхраняването и популяризирането на родното минало чрез активна издателска и продуцентска дейност. Във фейсбук страницата на „Българска история“ има 380 хиляди последователи, а в ютюб канала им – 55 хиляди абонати.

Пандемията е повлияла положително на издателство „Българска история“. Причина за това е бизнес моделът, който издателството следва, с фокус върху развитието на собствения им онлайн магазин. След началото на извънредното положение, особено в периода март – април 2020 г., затварянето на книжарниците е довело до рекордно увеличаване на потреблението на книги на издателството. Епидемичната обстановка е наложила и при тях, подобно на много други издателства, преминаването към работа от вкъщи. За времето на пандемията издателството е успяло да осъществи много промоционални кампании. Сред тях е и тази на детската книга „Оцвети и научи“. Издателството преминава към онлайн представяне на новите си книги, както е примерът с биографията на Христо Проданов „По пътя към върха“.

Всеки, който желае, може да подкрепи издателството в Patreon – електронна платформа за финансово подпомагане на творци и социални инициативи.

Поради пандемията издателството отлага част от планираните си заглавия. Същевременно четирите промоционални кампании на издателството през 2020 г. са



довели до 20% ръст на продажбите спрямо 2019 г. Отстъпки до 50% издателството обяви по повод няколко празника: Световния ден на книгата, 24 май, Деня на народните будители и Деня на Съединението.

Въпреки необичайната пандемична ситуация, издателството отваря първата си книжарница на ул. „Гурко“ 27 в София.

По случай Деня на народните будители през 2020 г. издателството организира кампанията „БлагоДари с книга“, посветена на медиците на първа линия от МБАЛ „Иван Скендеров“ в град Гоце Делчев. Със събраните средства, в размер на 8582 лв, са закупени пет апарата за неинвазивна вентилация. Интернет страницата на „Българска история“ спечели специалната награда за цялостен принос в конкурса за сайт на годината през 2020 г.

Книгоиздателска къща „Труд“

„Труд“ е част от Медийна група „България“, в която влизат няколко всекидневника и списания: в. „24 часа“ и в. „България Днес“, в. „Всичко за семейството“, в. „Клуб 100“, в. „Хоби фермер“ и в. „Български фермер“, списанията „Идеален дом“, „Космос“ и „Тренд“.

В първите месеци на извънредното положение част от служителите в издателството са работили от домовете си. Намалили са разходите за консумативи, но в някаква степен това е усложнило работния процес. Издавали се заглавия, които се продавали по-сигурно, например книжките от поредицата за „Зайчето Питър“. Търсили са програми за финансиране, спонсори. Тиражите били намалени. Това сподели Мирослава Бенковска, Отговорен редактор.



През март и април 2020 г., със затварянето на физическите книжарници, голяма част от заглавията на издателството се продавали в електронната му книжарница и чрез сайтовете на големите книготърговски фирми. Това довело до намаляване на приходите в сравнение с 2019 г. Поради пандемията книги, които са с вече изчерпан тираж, не могли да бъдат отпечатани наново.

От началото на периода на карантината издателството предложило различни промоции на своите читатели. В част от тях били включени и книги в подкрепа на превенцията срещу разпространението на COVID-19.

Извънредната обстановка до голяма степен промени ритъма на книгоиздателската дейност – наложи отлагането на много от книжните заглавия, промени плановете на много издателства. От друга страна, преминаването в режим на работа от вкъщи на голяма част от служителите съкрати разходите, предостави възможност за повече време, прекарано със семействата им, разви се ползването на онлайн книжарниците и всеки читател можеше да поръча желаната книга от вкъщи – лесно, бързо и удобно. Голяма част от заглавията, които можехме да намерим на хартиен носител, бяха пуснати в социалните мрежи безплатно и така станаха достъпни за по-широката аудитория, достигайки до повече любители на четенето .

Ивайло Аладжов

Книжните войници срещу невидимия враг

През 2020 г. светът бе изправен пред две големи битки – битката с коронавируса и битката с кризата, която той породил. Този невидим враг, наречен COVID-19, преобърнал живота на всеки от нас. Появил се неочаквано, а последициите бяха сериозни. Маските станали неделима част от всекидневието, дезинфектантите се равнявали на злато, хората се затворили, комуникацията се променила. Психиката на хората се променила. Усети се страхът от пандемията, а с него и страхът от кризата. Икономиката понесла щети, които трудно ще бъдат поправени.

Навсякъде се говорело и пишело за пострадали икономически сфери. Най-голямо внимание сякаш се обърнало на ресторантьорския бранш заради безизходността, в която ситуацията го поставила. Правели се протести заради затварянето на баровете, дискотеките, ресторантите и хотелите. Хората се фокусирали върху този сектор и как да го спасят, но почти никой не се фокусира върху книгоиздаването.

Книгоиздателският бизнес не за първи път води битка с криза. Много пъти този войник е бил изправян пред по-



добни изпитания. Разбира се, загуби винаги има по време на сблъсък, неизбежно е дори. Масово се предоставяха огромни отстъпки от коричните цени на различни издания и читателите се възползваха от тези изкушения, за да се сдобият с желаните книги.

Интересно е как издателствата са надвили трудната ситуация и дали са равни пред пандемията. Какво са направили едно голямо и едно малко издателство, как са се справили с пандемичната обстановка и как смятат да продължат, след като тя премине? Потърсих отговор на тези въпроси.

Ентусиаст дори в криза

Когато трябваше да избирам с кое голямо издателство да се свържа, първата ми мисъл беше за „Ентусиаст“. Портфолиото им не спира да расте и в него може да намерите както български, така и чуждестранни автори. Миналата година издателството навърши 10 години и както подoba за всеки рожден ден, празникът бе отбелязан, но след началото на пандемията.

Свързах се с издателство „Ентусиаст“ и техния мениджър „Връзки с обществеността“ Сиана Колибарова, която веднага отговори на съобщението ми и бе готова да ми помогне. Заради пандемията се наложи да проведем разговора по обичайния в момента начин – виртуално:

— Кое беше първото, което издателството реши да предприеме, след като настъпи пандемията от COVID-19?

— Началото на пандемията донесе колебания и хаос, които успяхме да преодолеем и подредим изключител-



но бързо. Основен приоритет за нас беше да съхраним и дори да подобрим връзката с нашите читатели. Това се осъществи най-вече чрез интензивна комуникация в социалните мрежи, генериране на повече видеосъдържание сред публикациите, интервюта с български автори, в които въпросите задаваха нашите последователи и др.

Насочихме усилията си към усъвършенстване на електронната ни книжарница, така че да подобрим изживяването на потребителите в нея.

Възобновихме издаването на електронни книги, което ще се превърне в дългосрочна практика.

— Как повлия пандемията на Вашата работа? Попречи ли Ви да издавате книги?

— Пандемията промени работата ни, но вярваме, че тази промяна е за добро. Успяхме да дигитализираме голяма част от работния процес, така че той да бъде възможен навсякъде и по всяко време.

В началото на извънредното положение ограничихме издаването на нови книги за месец и половина, но към настоящия момент се радваме на ново заглавие почти всяка седмица.

— Как бихте коментирали продажбите на книги на Вашето издателство? Покачиха ли се, или намаляха?

— В първите месеци от пандемията продажбите бяха несигурни, но такъв беше и периодът за повечето хора. Онова, което се превърна в спасителна акция, беше кампанията „Купи 1 книга“, която реализирахме с голям успех с Асоциация „Българска книга“. В нея се обединиха



издатели, автори, художници, дизайнери и страньори, преводачи, редактори, коректори, печатари, търговци и агенти с една обща кауза – да помогнем на книгата днес, за да я има в бъдеще.

— Според Вас силно ли повлия пандемичната криза на книгоиздателския бизнес?

— Едва ли има бизнес, който не е засегнат от нея. При някои загубите са свързани с финансов капитал, при други – с човешки. Изискват се много усилия, труд, упоритост и, разбира се, ентузиазъм, за да продължаваме да работим. Много наши читатели споделяха през пролетта, че трудно се концентрират върху четенето на книга, но и това отмина. Мислим, че вече всички сме сравнително добре адаптирани.

— Дистанционната работа от вкъщи добра алтернатива ли е за едно издателство? Бихте ли се възползвали от домашния офис дори след преминаването на пандемията?

— Работата от вкъщи е добро решение предвид ситуацията, но не може да бъде дългосрочна алтернатива. Въпреки наличието на безброй канали за аудио- и видео-комуникация, контактът на живо е незаменим.

— Издадохте книги по време на пандемията и продължавате да го правите. Трудно ли беше това?

— Както вече споделих – изискват се много усилия и упоритост, за да се справим с това голямо предизви-



кателство. Но въпреки всички трудности сме убедени, че трябва да продължим да го правим.

— Смятате ли, че книгите успяха да „заразят“ хората? Повече хора ли се обърнаха към книгите в условията на карантина?

— Нямаме наблюдения пандемията да се е отразила нито количествено, нито качествено на читателите. А колкото до „заразяването“ с любовта към книгите – препоръчително е то да започне още от ранна детска възраст.

— Смятате ли, че пандемията и все по-широкото навлизане на технологиите ще повлияят на читателските нагласи? Ще се засили ли интересът към електронните книги?

— Забелязваме тенденция към по-високо потребление не само на електронни, но и на аудиокниги. Особено след като в България се наложи най-голямата платформа в Европа за книги за слушане – Storytel. Въпреки това делът на печатните книги остава доминиращ дори и в тази ситуация. Едва ли тази тенденция ще се промени в близките 10 години.

— Онлайн премиери на книги – новото бъдеще или временен заместител?

— Премиерите на книги са вероятно най-хубавата част от нашата работа, защото имаме възможност да се срещаме лично едновременно и с нашите автори, и с нашите читатели. За съжаление, онлайн премиерите не могат да заместят връзката на живо и не искаме да си



представяме, че могат да се превърнат в „новото бъдеще“. Помислете си за автограф, положен с електронен подпис – това не е нашата представа за персонализиран екземпляр.

Къде отива стойността на положения труд?

Открих издателство „Екрие“, когато разглеждах страници на издателства, с които не съм запознат. Когато видях, че е отскоро на пазара, интересът ми веднага се засили и започнах да го следя. Портфолиото му тепърва започва да се обогатява, но първото, което прави впечатление, е работата му с дебютни български автори. Исках да разбера как издателство „Екрие“ се справя с кризата, как успява да задържи книжарницата си и как смята да продължи, след като премине ситуацията около COVID-19.

Заради пандемията отново се наложи да използвам най-предпочитания начин за контакт, който е онлайн връзката. Свързах се с творческия директор и съосновател на издателство „Екрие“ Галина Попова. Тя веднага откликна на молбата ми и с готовност отговори на всеки въпрос, който ме вълнуваше.

— Като младо издателство какво предприехте, когато настъпи пандемията от COVID-19?

— Първите месеци за нас бяха същински кошмар. Ние сме младо издателство на българския книжен пазар. Стартирахме активната си издателска политика през януари 2019 г. Една година залагахме и концентрирахме усилията си да разпространяваме нашите заглавия сред книжарниците за сметка на фирмения ни сайт.



Когато обявиха извънредното положение, тъкмо идваше ред да получим плащания по фактури и отчети. Повечето търговски партньори просто отказаха. Някои дори не ни уведомиха, а просто спряха да отговарят на кореспонденцията. От една страна, разбирам колегите от големите фирмени книжарници, но за нас това беше изключително тежък етап. Сайтът ни все още е непознат, но имаме вече редовни клиенти. Малко по малко ставаме забележими. Книжарницата ни също буквално месеци наред беше в пълен застой. Въпреки че не сме спирали работа. Ние разчитахме на партньорство и колегиалност. Разчитаме и днес, но за жалост, често се случват некоректни постъпки, които не разбирам, защото отстъпките от коричната цена, които искат от нас, не са никак малки. Например един книжар заблуждавал наш автор, че книгата му била в малък тираж и била изчерпана, а много се търсела! Парадокс, защото това заглавие беше излязло наскоро от печат в тираж от 1000 бройки, част от които бяха у автора, а самата търговска верига дори не пожела да изложи книгата му сред новите заглавия в обектите си.

— Отрази ли се пандемията върху продажбите Ви? Имаше ли спад, или растеж във Вашето издателство?

— Имаше спад с повече от 50%.

— Според Вас силно ли се усети пандемичната криза в книгоиздателския бизнес?

— Да. Поне с колегите, с които общуваме и споделяме, тя е повсеместна. Издатели и книжари – всички сме потърпевши. За жалост, няма единна политика и всеки се спасява както може. Настана период на огромни отстъпки и всячески опити за привличане на клиенти.



— Като младо издателство Вие променихте ли организацията на работата си?

— Нашето издателство все още е малко и няма кой знае каква възможност за реорганизация.

— Пандемията ще промени ли гледната точка на хората върху книгоиздателския бизнес?

— На кои хора? Колеги от бранша или на крайните потребители? Колегите от бранша със сигурност гледат вече с други очи и много по-прецизно избират какви заглавия ще пускат на пазара. За крайния потребител – не знам. Читателите са много различни. Едни оценяват труда ни и се стараят да ни подкрепят и не спират да отделят пари за нови книги. За други – ние по презумпция сме задължени да правим големи намаления, ако може и без пари да издаваме, раздаваме, доставяме книги. Не ги интересува, че за една книга, за да излезе на книжния пазар, са работили поне 5 души – коректор, редактор, художник на корицата, страньор, отговорен или технически редактор, ако е с превод – преводач, ако е специализирана – консултант при превода... Трети просто нямат финансовата възможност да си позволяват да купуват нови книги. Повече от всякога се разпространяват преиздадени книги, което също носи негативи. Нашите заглавия са първи издания. Ние разчитаме те да бъдат купувани. Затова и не сме стартирали електронните издания. Всеизвестен факт е, че пуснеш ли една книга в електронен формат, тя вече е многократно копирана и разпространена. Къде отива стойността на положения труд?



— Смятате ли, че книгите успяха да „заразят“ повече хора и да се засили интересът към тях? Забелязахте ли определен жанр да се търси повече след настъпването на пандемията?

— Все още нямаме толкова голямо разнообразие в каталога си, за да дам обективен отговор. Но като книжар мога да кажа, че определено винаги са се търсели криминални книги, трилъри, по-леки четива. Изобщо – преводната литература е на почит у нас за сметка на българските автори. Поезията, особено българската (моята слабост), се реализира повече от ужасно трудно. А е толкова удоволствие! Българският читател се отнася с огромно недоверие и негативизъм към българските автори. Къде с основание, но има и брилянтни български съвременни автори, които си заслужават всеки похарчен лев! Твърдо заставам зад всяко едно от заглавията в нашия каталог.

— Как се справихте с пандемията? Попречи ли Ви да издавате книги?

— Естествено! Откъде пари? Първите две заглавия за 2020 г. издадохме през февруари. Следващите стартирахме чак от май нататък. Отложихме проектите на повече от десет нови книги. Трудно е. Трудно е за всички.

— Електронните книги ще превземат ли пазара за сметка на печатните издания?

— Твърдо не! Макар че като отговорен редактор в издателството, изчитам всеки ръкопис на монитор. Нито аудиокнигите. Не можах! Абонирах се и не успях дори един Никос Казандзакис да изслушам докрай.



— **Вие имате фирмена книжарница. Как успяхте да я съхраните по време на пандемията?**

— Имаме, и то много красива и уютна! С търпение, вяра и надежда, че ситуацията ще се подобри. Лесно се губи дух, но имаме приятели, близки, които ни подкрепят и днес. Постоянно измисляме разни идеи като викторини, книжните коледни играчки, отстъпки на избрани заглавия, доставки, изпълнение на поръчки... Опитваме се да бъдем гъвкави и да устояваме и в най-трудните моменти.

— **Какви са плановете Ви за издателството, след като премине пандемията?**

— Среци на живо с автори и читатели. Имаме много планове. Човек трябва да вярва, без вярата и надеждата си изгубен. Иска се търпение и безброй усилия. Надяваме се нашите читатели и партньори да го оценяват.

Две издателства, голямо и малко, и една (голяма) криза. И както всяка криза, тя е неочаквана и носи сериозни последици за всеки бизнес. Това е битка, която не се води нито за първи, нито за последен път. Кризи винаги ще има, независимо от условията и от времето, а книгоиздателският бизнес неизбежно пострада.

Има хора, които се стараят да запазят книгите. Независимо колко е тежка ситуацията, книгоиздателите и книготърговците ще са там и ще направят всичко възможно, за да спасят книгата, но дали усилията им ще бъдат достатъчни?



Въпросът, който Галина Попова зададе: *Къде отива стойността на положения труд?*

Наистина, къде? Всеки труд заслужава да бъде забелязан. Трудът на книгоиздателите – също. Тези хора влияят на нашата култура, работят за нея, изграждат я с всяка нова издадена творба.

Можем само да се надяваме, че значението на книгоиздателската дейност все повече ще се цени. Винаги има битки и изпитания. Но и винаги се намира книжната птичка, която каца на рамото и дава шанс за промяна.

Пред пандемията всички сме равни. Мишените ѝ са навсякъде – и голямо издателство, създадено преди години, и издателство, което започва да разтваря книжните си криле, водят заедно своята битка срещу последиците от пандемията.

Александър Христов

Кръгозорът на издателския бизнес

През 2016 г. думата „постистина“ беше обявена за дума на годината. Ако всяка година си има дума, сигурно си има и буква. По тази логика буквата на 2020 г. би била „К“. „К“ като COVID-19 и „К“ като криза. Освен тези две, наситени с негативизъм, думи, друга дума, която често използваме, също започва с тази буква – кръгозор. Пандемията може да стесни кръгозора на някои хора, но на други е възможно и да го разшири. Тя повлия на психическото и физическото здраве и нанесе големи щети върху икономиката. Но всяка криза има плюсове и минуси. Много зависи какви ще са мерките, които всяка страна и всеки отделен бизнес ще предприемат, за да се справят. Подходът към един проблем е най-важната стъпка за справянето с него. Във всяка лоша ситуация трябва да намираме положителните страни, за да можем да извлечем максимума от тях и да ги превърнем в опит.

Издателство „Кръгозор“ е основано през 2001 г. Продукцията му включва разнообразна литература – учебна, художествена и научнопопулярна. „Кръгозор“ има соб-



ствен сайт и блог. В него се публикуват интервюта с автори, публицистични материали и анализи върху важни теми.

Свързах се със Стефка Ангелова, основател и управител на „Кръгзор“, за да представя опита на издателството в справяне с COVID-19 кризата. Поисках да разбера какви решения са предприели и какво са успели да реализират през годината на буквата „К“. Интересуваше ме пред какви предизвикателства са се изправили и как са ги преодолели.

*„Кръгзор“ намали броя на новите книги, но пък допечатките се увеличиха. Рентабилността в дейността определено е по-добра. В тематично отношение не сме правили промени в издателската политика, но реакциите на интересни актуални заглавия. По-скоро в планираните за 2021 г. заглавия биха се забелязали промени. Книгата е много устойчив продукт, както и вкусовете на читателите. Ако трябва да се отбележат специално някои предпочитания, това са книги за самообразование, биографии на успели личности, така наречените *feel good* книги.*

В този отговор се вижда интересна промяна в издателската политика. Намален брой нови заглавия, но увеличени допечатки – един интересен подход. Повечето издателства наблегнаха на издаването на нови заглавия, които пряко или непряко са свързани с вируса.

Следващият ми въпрос бе във връзка с управлението на издателския бизнес. Както се очаква, промени има, неизбежно е в такава обстановка да няма. Понякога обаче те са знак за по-добро начало.



От разстоянието на времето, което измина от март 2020 г., смело може да се каже, че мерките, макар и предприети по принуда, всъщност са много полезни. Дори почти всички ще останат дълготрайно. Промените доведоха до оптимизиране на разходите, както и до спестяване на много време. „Гъвкавост“ е думата, с която може да се определи начинът на взимане на решения в условията на пандемията. Оперативното управление на бизнеса стана по-времеемко, като се има предвид, че се наложи съкращаване на служителите.

Гъвкавост е очевидно ключовата дума в рецептата на издателството за справяне с кризата. За същата управленска и дори лидерска гъвкавост говори и Саймън Синек в книгите „Лидерите винаги обяждат последни“ и „Започни със ЗАЩО“. На него можем да се доверим – „Ърнст и Янг“ му предлага партньорство за разработването на продукти и услуги, които да помагат на компаниите да трансформират бизнеса си. Самият той е сътрудник на корпорацията „RAND“, един от най-високо ценените мозъчни тръстове в света. Не е случайно, че именно „Кръгозор“ издава Синек на български. Именно гъвкавостта в мисленето е необходима, за да може да се осъществи ефективно лидерство, успешно преодоляващо предизвикателствата на деня, според модела на автора. Ако досегашният лидерски модел е фокусиран върху въпросите: как да се организират работните процеси, колко да се продава, как да се увеличават продажбите, кога да се промотира нов продукт, то Синек предлага смяна на акцента. От как, кога, колко, с кого, да се премине към отговор на въпроса „Защо?“. Защо е



нужен новият продукт? Защо смятаме, че той е полезен? „Защо?“ е въпрос, който обяснява мотивацията да се направи или не дадено нещо. Той води към дефиниране на интереса, целта и ценността.¹

Стефка Ангелова казва, че в годината на „К“ като цяло има спад в купуването на книги, има и пренасочване от покупки във физически книжарници към онлайн поръчки.

Това пренасочване към онлайн книготърговия изглежда неизбежно. То започна още много преди 2020 г., когато „Амазон“ успя да установи почти монополното си положение в световен мащаб. С изобретяването на „Киндъл“ и другите електронни четци се разрасна бързо и онлайн търговията на електронни книги. Въпреки това Стефка Ангелова говори за *спад в купуването на книги*. Но как да бъде преодолян?

С ефективна реклама и оптимизиране на интегрираните маркетингови комуникации би могъл да е един от отговорите. Това очевидно са предприели от издателство „Кръгзор“ още след въвеждането на извънредното положение на 13 март 2020 г. *По отношение на рекламата обърнахме още по-голямо внимание на фейсбук. Проведохме онлайн среща през платформата Zoom с италианския писател Диего Галдино още през юни. Това беше първата среща с чужд писател със стриймване на фейсбук страницата на издателството и с превод от италиански „в ефир“.* Това безспорно е находчиво и иновативно решение. Ако бъде съчетано с мениджърските модели на Саймън Синек, би повишило неколкостранно своята ефективност.

Подобно съчетаване на практика и работеща теория е пътят към преодоляването на спада в книгопродава-

¹ Синек, Саймън. Започни със ЗАЩО. ИК „Кръгзор“, София, 2019.



нето. То обаче е трудно да бъде прилагано в неочаквано екстремни ситуации като извънредното положение от март до май 2020 г. Емоционално и психически никой не беше подготвен. Извънредното положение просто ни връхлетя.

След първоначалния шок, от който успяхме бързо да „извадим“ служителите, работата влезе в ритъм. В началото най-важно беше на всички да се осигури достъп до информацията на издателството – ръкописи за проучване, заглавия в процес на работа, корици, електронна поща..., разказва Стефка Ангелова. Вероятно в същата ситуация са били и много други български издателства. По-бързо адаптиращите се със сигурност са спечелили два от най-ценните ресурси за успех – време и психически комфорт в рамките на възможното, за да вземат правилни бизнес решения. След това идва и организацията на работния процес, която в условията на пандемия и социална изолация със сигурност се променя. В издателство „Кръгозор“ са преминали към онлайн срещи, в които се обсъждат задачите, сроковете и очакваните резултати. Възниква и въпросът за дисциплината в дистанционната работа от вкъщи. Ето отговора на Стефка Ангелова:

В нашия екип не се следи за спазване на работното време, държи се на резултатите. И съответно те се контролират – прочетена ли е дадена книга, направена ли е анотация, прегледан ли е определен каталог, преведено ли е интервю с автор, обработени ли са поръчките от онлайн книжарницата и така нататък.

Очевидно с дисциплината в онлайн среда проблеми няма.



Работата от вкъщи ще остане за постоянно. Редакторският офис на издателството беше освободен и това доведе до оптимизиране на разходите. Търговската дейност (без онлайн продажбите от сайта на издателството) е тази част от издателския процес, която изисква физически офис – предаване на книгите на книжарите. Затова издателството запази своя склад и търговски офис.

Подобно бизнес планиране ни връща към една ключова дума от началото на текста – гъвкавост. На първо място, проявление на мениджърска гъвкавост е успешната трансформация на физическия в дигитален офис. В това, очевидно, издателство „Кръгзор“ е успяло, въпреки че според Стефка Ангелова *темното и обемът на издаване спадна*. Спад по време на криза е нормален – всяко дългосрочно бизнес планиране го отразява. Но наред със спадовете, кризите дават възможности и за разрастване – за „Кръгзор“ *проучвателната работа за нови заглавия се увеличи поради необходимостта от още по-прецизен подбор*.

По-прецизен подбор води към повишаване на качеството. Ако количеството е намаляло по време на кризата с COVID-19 за сметка на качеството, това означава, че „Кръгзор“ е сред издателите победители в състезанието за повече култура и духовност.

Никол Георгиева

Полет в пандемия

Няма икономически сектор, незасегнат от пандемичната криза, която може би е едва в началото си.

Книгоиздателската индустрия също не беше подмината от настъпилата ситуация. Издателите бяха поставени в положение, в което трябваше да действат бързо и креативно, за да укрепят бизнеса си. Потърсих пример за тези, които събраха сили и отговориха на кризата, мерките и ограниченията. Тези, които не само потърсиха помощ, но и подадоха ръка.

Имах удоволствието да се свържа с Кремена Димитрова – Директор комуникации на издателство „Колибри“. Със своята разнообразна книжна продукция, модерен онлайн маркетинг, инициативи, премиери на книги и събития издателството се утвърждава като едно от най-модерните и активни издателства в България. В условията на обща карантина няха възможността да се срещна на живо с Кремена Димитрова, но потърсих отговор на въпросите си чрез социалните мрежи.



— Какъв бе вашият отговор на кризата? Как COVID-19 промени посоката ви?

— Увеличихме кампаниите, които правим онлайн. Включихме различни по вид промоции с намаления. Повече активност в социалните мрежи. Организиране на онлайн премиери, срещи и уебинари. През летните месеци се възползвахме от възможността да продаваме повече книги на открито, включихме се във всички Алеи на книгата – Варна, Пловдив, София, както и в подобни форуми, които не застрашават здравето на читателите, но дават възможност за повече продажби.

По време на епидемичната обстановка, когато провеждането на събития бе забранено, издателите не спряха своята дейност. През този период онлайн премиерите се наложиха като временен заместител на присъствените събития. Провеждането им изглежда все по-успешно. Освен лесният достъп, предимство е и неограниченият брой зрители, които може да събере една премиера. Аудиторията има възможност да се включи в излъчването с коментари и въпроси. За разлика от присъствените премиери, онлайн премиерата позволява да се направи запис, който впоследствие може да се гледа в удобно време.

„Колибри“ също организира онлайн премиери, като някои от тях качва на своята фейсбук страница, а други – в своя ютюб канал. Провеждането на срещите под тази форма позволява комуникация между повече от двама или трима събеседници. Например в представянето на книгата „България за напреднали“ се включи-



ха над 15 автори, участвали в написването на отделни текстове в посочената книга. Представянето се превърна не само в рекламиране на продукта, но и в интересна дискусия. Издателството организира и онлайн семинари, известни още като уебинари. Те се оказаха изключително интересни и полезни за аудиторията. Добър пример е литературният онлайн семинар по творческо мислене с писателя Георги Тенев, проведен през май 2020 г. За разлика от провеждането му в редовна обстановка през 2019 г., този път семинарът беше безплатен, което го направи много по-достъпен за аудиторията.¹

Издателството подкрепя и идеята за света на книгите без ДДС.² След намаляването на ДДС върху книгите от 20% на 9%, екипът на „Колибри“ обявява 11-процентова намаление на коричната цена на всички налични книги в каталога си, поръчани от техния сайт. Освен този символичен жест, издателството добавя нови промоции и отстъпки към някои от своите издания, правейки ги по-достъпни за своите читатели и призовавайки ги да останат вкъщи.

Групите в социалните мрежи, свързани с книги, често обсъждаха желанието на хората да четат по време на карантината. Някои коментираха, че не са променили читателските си нагласи, а други, че са започнали да четат много повече, защото са имали повече свободно време. Интересно ми беше да разбера мнението на Кремена Димитрова като маркетингов специалист.

¹ Литературен онлайн семинар „Творческо Мислене“. Колибри [онлайн]. [видяно 1 декември 2020]. Достъпно на: <https://www.colibri.bg/sybitiya/425/literaturen-onlajnsminar-tvorchesko-mislene/>.

² Прекрасният нов свят на книгите без ДДС. Колибри [онлайн]. [видяно 25 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.colibri.bg/novini/352/prekrasniqt-nov-svqt-naknigite-bez-dds/>.



— Повече или по-малко четяха хората през карантината? Успя ли онлайн търговията да спаси книгоиздателите?

— Ръстът на продажбите онлайн се покачи. Хората се снабдяват с книги по всякакъв начин, стига да имат потребност. Не мисля, че повече са започнали да четат. По-скоро оценяват книгата като подарък и жест – отговаря тя и добавя, че според нея въпреки ситуацията тези, които са имали желание и нужда от добри книги, са успели да се снабдят с тях по един или друг начин.

Възможността за набавяне на книги чрез онлайн пазаруване предоставя нови възможности пред издателите. Привличане на вниманието на читателя чрез реклама, промоционални оферти и подобряване на сайта и онлайн платформите са само част от маркетинговите дейности, които помагат на издателите. Да мислиш бързо и да използваш минусите в своя полза се оказва най-важното качество по време на пандемия.

На въпроса дали електронните книги представляват по-голям интерес поради лесната им онлайн покупка и възможността да започнеш да четеш веднага, Кремена Димитрова отговаря, че въпреки ситуацията, книжното тяло остава на челна позиция при продажбите. Според нея традиционният формат все още е любим на читателите, докато прибягването към електронните книги не се радва на такава популярност. *Ръст обаче бележи интересът към аудиокнигите* – споделя тя.

Освен отдаденост на книгите, „Колибри“ проявява професионален интерес и към киното. За шеста поредна година издателството организира кино-литературния фестивал Cinelibri. Въпреки усложнените условия, то не се отказва от програмата си и намери начин за осъществя-



ване на фестивала. Провеждането му през 2020 г. минава под мотото „Възпитание на чувствата“. *Изборът на тема на тазгодишното издание не е случаен. Преодоляването на изпитания от какъвто и да било порядък възпитава чувствата и изгражда характера. В известен смисъл изпитанията са дар, защото ни насърчават да преосмислим ценностите си – споделят от екипа на „Колибри“ на своята интернет страница.*³

Логично моят следващ въпрос беше насочен именно към организацията на фестивала.

— Кое беше различното в провеждането му тази година?

— Тази година изданието имаше присъствени и онлайн прожекции. Осъществихме и няколко онлайн срещи, като и самото награждаване беше от „смесен“ тип – с публика в залата, но журито беше в платформата Zoom.

Този адаптиран вариант на провеждане, макар и съвсем нов за организаторите и за самата публика, отбеляза своите успехи. На следващия ми въпрос, дали страхът е попречил на фестивала, Кремена Димитрова отговори, че за тяхна радост, хората са имали нужда да гледат кино. Пандемията не е попречила на събирането на публика и е довела любителите на киното отново в салоните. Тя сподели, че поради големия интерес дори са обявили много допълнителни прожекции в кината.

³ Синелибри ще се проведе наесен под мотото „Възпитание на чувствата“. Колибри [онлайн]. 18 май 2020 [видяно 27 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.colibri.bg/novini/347/sinelibri-shte-se-provede-naesen-pod-mototo-vyzpitanie-na-chuvstvata/>.



За добро или за лошо, ситуацията, в която се намираме, е уникална. Тя ни накара да сме по-адаптивни и да мислим креативно. На последния ми въпрос: „Какво от направеното през пандемията ще продължите да използвате и занаят?“ Кремена Димитрова отговаря, че определено онлайн премиерите и уебинарите са нещо, което са преоткрили и биха продължили да организират дори след отпадане на мерките.

Да бъдеш готов да подадеш ръка, така, както си поел подадената към теб – това е златно качество по пътя към успеха. Издателство „Колибри“ е пример за това, че за да получиш, трябва да дадеш. Лоялността, която показват през годините към своите читатели, се отплаща в трудните моменти. Нито за миг издателството не спира своята дейност и не пренебрегва дълга към читателите си. Точно обратното – увеличава кампаниите и онлайн събитията. Това е духът, от който всички се нуждаем. *Да намериш време да четеш, е като да намериш време да обичаш* – ни напомнят от екипа на „Колибри“.

Микаела Илиева

Книгата е жива

През 2020 г. пандемията от COVID-19 изправи света не само пред здравна, но и пред икономическа криза. Книгоиздателската индустрия също беше засегната. Затварянето на книжарници, отлагането на хитови заглавия и отмяната на най-големите книжни панаири се оказаха трудни изпитания дори за страни с вековна традиция в книгоиздаването като Германия, Франция и Италия.

В България първата вълна на пандемията също предизвика криза на книжния пазар. Заради необичайната ситуация и ограничителните мерки Международният панаир на книгата беше отменен и така българските книгомани останаха без своя „щастлив книжен край“ на годината.¹ В началото на декември 2020 г. Асоциация „Българска книга“ излезе с резултати от проучване сред книгоиздатели и книготърговци, според които спадът в продажбите е между 20% и 30% в сравнение с 2019 г., а 72% посочват, че са възстановили само частично дейността си след извън-

¹ Отменят Международния панаир на книгата. NOVA TV [онлайн]. 13 ноември 2020 [видяно 15 ноември 2020]. Достъпно на: <https://nova.bg/news/view/2020/11/13/305465/отменят-международния-панаир-на-книгата/>.



редното положение в периода март – май 2020 г.² И докато читателите бяха „поглезени“ от много издателства с неустойими онлайн промоции, борбата за оцеляване на книгоиздателския бизнес оставаше скрита зад кулисите.

Потърсих гледната точка на човек от бранша. А още по-конкретно жадувах да проведа разговор с „врата на едно издателство“ – редактора, който често прави избора на заглавията. Но исках и нещо повече – да се срещна с редактор в издателство, което да има поглед не само върху онлайн продажбите, но и върху удара, който понесоха книжарниците. За щастие, съдбата ме срещна с правилния човек още когато книжните премиери се провеждаха „очи в очи“, а панаирите на книгата можеха да те разболеят само от безпаричие. Христо Блажев, заместник-главен редактор на издателство „Сиела“, откликна на молбата ми да разговаряме в най-натоварения за книгоиздателите сезон – предколедния. Поради усложнената вирусна обстановка се наложи да направим интервюто по модерния, а и предпочитан от интровертите начин – виртуално, в уюта на собствените ни домове.

Разговаряхме за книгите по време на пандемия, за всекидневието на един редактор и за промените в работата на „Сиела“ – една от най-големите издателски и книготърговски фирми у нас.

— Какви мерки предприе „Сиела“, за да се справи с кризата?

— При нас кризата се отрази силно на търговската част на нашия бизнес, книжарниците, повечето от които са

² Вследствие на пандемията: 30% спад в продажбите на книги през 2020 година [онлайн]. 1 декември 2020 [видяно 1 декември 2020]. Достъпно на: <https://www.abk.bg/news/view/262/>.



в моловете и бяха затворени за дълъг период от време, а сетне и не се радваха на обичайния брой посетители. В издателството пък се взеха обичайните мерки – намалихме темпото на издаване, за кратко дадохме приоритет на по-комерсиални заглавия, макар че това си отмина и пак залагаме на обичайния микс. Преценяваме новите тиражи по-внимателно, като гледаме напред не с обичайния оптимизъм, а с по-трезво отношение, че не всичко зависи от нас и работата ни.

— А какво предприе издателството за читателите си?

— Промоции, промоции и пак промоции, както всички. Карантинното време беше много атрактивно за читателите. Дори аз, при все че съм заринат в книги у нас, си накупих доста от колегите – и като жест на подкрепа, и като неустоима възможност (че и прочетох повечето, което обикновено не се случва). А след него просто продължихме да правим това, което можем – да издаваме повече и разнообразни заглавия, за да може всеки да открие заглавието, с което да избяга поне за малко от всичко случващо се. Продължаваме да правим най-атрактивните намаления, а и винаги смятаме внимателно и се стремим заглавията ни да са максимално достъпни за читателите – например в научната област, която ми е любима, държа книгите да са по-скоро с меки корици и под 20 лева, защото според мен не бива умоповдигащите заглавия (неологизмът е на Ричард Докинс) да са труднодостъпни.

— За съжаление, пандемията наложи затваряне на най-любимите места на книгоманите – книжарни-



ците. По време на извънредното положение ръст или спад отчетоха онлайн продажбите на книги?

— Разбира се, че ръст. Нямахме как да не се пренасочат там част от продажбите, но той не можа да компенсира отстъплението в традиционните книжарници. От години онлайн книжарниците просперират и заемат все по-голям дял, но в тази неприятна ситуация получиха и още един неочакван тласък. В крайна сметка няма значение – важно е книгите да стигат до читателите си по един или друг начин.

— „Сиела“ е едно от най-големите издателства в България. Пандемията ще промени ли осезаемо броя на планираните заглавия за 2021 г.?

— През 2020 г. имахме поети доста ангажименти, които изпълняваме, така че нещата ще са сравними с предходната година. Само през ноември излизат двадесет нови заглавия. Навярно обаче през 2021 г. ще са по-малко, определено сме по-внимателни в подбора. Може би ще се поемат по-малко рискове, което е тъжно, но се надявам все пак да прокарам и заглавия, които имат стойност за по-ограничен кръг читатели.

— Мерките се затягат и отпускат периодично, което доведе, малко или много, до икономическа криза. Според Вас кризата при книгите отмина или тепърва започва?

— Не съм компетентен да давам тази оценка – взимам пример от треньора на любимия ми „Ливърпул“ – Юрген Клоп, който е от малкото публични личности, които от-



казаха да се правят на пророци в област, която не им е присъща. В книжния бранш нещата винаги са били малко кризисни, така че май сме свикнали, струва ми се. И това ще отmine, благодарение на труда на безброй лекари и учени, на всички достойни хора, ангажирани в борбата с вируса.

— Вие сте важна фигура в книгоиздателския бранш от години. Били ли сте свидетел на други кризи, успели да разлюлеят книжния бизнес?

— Чак пък важна фигура – като цяло се домогвам до титлата „топ-общак“, ама да видя кой ще ми я връчи. Не, не съм виждал друга криза, влязох в бранша през 2009 г., когато точно се вихреше една, така че тя ми е мярката за „нормално“. Но в световен мащаб книжната индустрия постоянно се лашка от една крайност в друга – от „всичко свърши, книгата умря“, до „книгата е жива, всичко е наред“. И така ще си бъде, предполагам.

— Поговорихме си за това как пандемията се е отразила на издателство „Сиела“, но как ситуацията с вируса промени всекидневието на един редактор?

— Ако говорим за периода на карантината, промяна безспорно имаше – оставането у дома е благотворно за всеки интроверт, а нека признаем, повечето хора в книжния бранш сме си точно такива. Иначе, вън от нея, практическа промяна – поне при мен – няма, защото темпото на работа, което съм си наложил, изисква пределно отдаване, което до голяма степен изключва странични занимания. Офисът изисква справяне с огромна бумачина и комуникация с твърде много хора (за щастие, преиму-



щественно писмена, телефонът е враг, който не бива да бъде толериран), но у дома вече, в тихото и спокойното, може да се върши основната работа по финализиране на книгите, минали вече през няколко етапа на работа.

— Научи ли Ви на нещо ново работата в условия на пандемия?

— Ммм, че повече от 10 часа дневно дори аз не мога да чета. Това беше изненада, все си мислех, че падне ли ми да си седя у дома и само да си чета, ще е раят. Да, възприятно е, но все пак явно годините си казват думата. Вън от шегата, показва, че с малко упорство можем чудесно да си вършим работата и от дома, поне нашият занаят го позволява и трябва да сме благодарни за това.

— Нека завършим разговора с един по-клиширан въпрос. Читателите започнаха да сравняват пандемията със сюжетите на какви ли не книжни заглавия. Вие с коя книга бихте описали случващото се?

— Баналното би било да бъде „Любов по време на холера“ на Маркес, но бих предпочел нещо от типа на „Декамерон“ на Бокачо или „Далече от безумната тълпа“ на Томас Харди, защото истерията в социалните мрежи, този смазващ антагонизъм и жестоко разделение по какви ли не теми определено ми идват в повече. Няма оправия за нашата цивилизация, ако не преодолеем това – иначе ще паднем лесна жертва на ония еднокнижници с религиозния плам в очите, те нямат съмнения и не си губят времето в празни спорове, а действат. Те са по-опасни от вируса, с който науката ще се пребори рано или късно.



Проведохме разговора в края на октомври 2020 г., месец по-късно България се изправи пред поредния частичен локдаун, а после дойдоха и новите вълни на пандемията. Книжарниците в моловете пак останаха затворени, книжните панаири и премиери отменени, а читателите отново се обърнаха към онлайн търговците и електронните книги. Мишката все още не е изяла книжката, но дали книжката ще успее да се пребори с неочакваната заплаха от вируса? Предстои да разберем.



Един клик,
милиарди книги



Кремена Димитрова

Между кризата и верните читатели

Вероятно познавате онова особено чувство на сигурност винаги, когато се запознавате с историческа информация. Изглежда ви, че всички кървави войни, адски земетресения, фатални наводнения, страшни болести от миналото, преди да се родим, са някаква измислица, митични истории, които се разказват с абсолютна убеденост в истинността им. Мислите си колко ужасяващи са били онези времена, надявайки се, че те никога няма да се случат днес. За съжаление, през 2020 г. се озовахме в една от онези години, които ще попълнят бъдещите учебници по история и за които ще се разказва на поколенията след нас. Годината, която преобърна живота на всички с появата на поредната смъртоносна болест след редица заболявания, белязали миналото, като всеизвестната чума, повсеместната холера и гибелния испански грип. Ето че столетие след вируса, познат като инфлуенца, станахме свидетели на появата на новия, жаден за множество жертви, COVID-19. Разпространението му се отрази пагубно не само на рутинния ни начин на живот,



но и на всеки икономически сектор по света. Без съмнение една от най-пострадалите сфери се оказва културната. Без работа или с минимални доходи останаха художници, актьори, писатели, музиканти и книгоиздатели.

Интереса ми за поглед над ситуацията от една малко по-специфична интернет среда провокира *най-голямата българска онлайн медия за книги и четене* – сайтът „Аз чета“.¹ Историята на сайта като пространство за книжни новини започва през 2006 г., като през годините е подобряван, за да достигне високото си професионално ниво, на което се наслаждаваме днес. „Аз чета“ се радва на десетки хиляди посетители, които с радост прекарват свободното си време из различните му сектори. Там могат да се открият разнообразни новини от книгоиздателския бизнес в България и света, увлекателни ревиюта на книги, интервюта с известни автори, информация за фестивали и панаири на книгата. През трудните месеци, прекарани под знака на пандемията, сайтът се превърна в оазис за книгоманите, които успяват да се откъснат от мрачните мисли и съсипаното си ежедневие. Посетителите се наслаждават на часове пред компютъра си в компанията на любимите си издания, автори, седмични класации, следейки информационния поток за света на книгите.

Подробности за своята работа и интересни мнения за пандемичната криза любезно споделиха основателят на сайта и главен редактор „Новини“ Александър Кръстев и мениджърът „Партньорства“ Милена Ташева. В откровен интервю те представиха погледа си върху книжния бизнес в необичайната ситуация, кампаниите по време на кризата и още любопитна информация.

¹ За „Аз чета“. AzCheta [онлайн]. [видяно 20 декември 2020]. Достъпно на: <https://azcheta.com/za-az-cheta/>.



— **Откровеният коментар на режисьора и директор на театъра в Тулуза Галин Стоев за мерките, които българското правителство предприема за спасяване на културния сектор, е публикуван в сайта „Аз чета“.² Той отключи много дебати по темата „Ощетени ли са културните среди през пандемията?“. Какво е вашето виждане по темата?**

Александър Кръстев:

— Подкрепата за хората в сферата на изкуството е буквално нищожна. Програми има, но не е много сигурно до каква част от творците достигат. Хубавото във всяка ситуация, в която имаме раздвижване и започва обществен дебат, е, че хората на изкуството, творците, изобщо тези лидери на мисълта, се появяват, започват да говорят.

Милена Ташева:

— Специално за книгоиздаването, мога да кажа, че голяма част от издателите не реагираха адекватно. Този бизнес е изключително консервативен, много трудно се поддава на промени. Тези, които реагираха по-бързо и направиха това, което правят в останалите бизнеси, се насочиха към дигитална трансформация за развитие на бизнеса си, да поддържат връзка с читателите. При тях пандемията се отрази малко по-леко. Много адекватно реагира Асоциацията с политическите мерки за ДДС, но в същото време имаше кампании като „Купи 1 книга“, на която съм доста сериозен критик, защото този тип говорене е *Подкрепете ни, защото ще загинем*, а не *Правим хубави книги. Заслужаваме лоялност*. Търсенето на съжа-

² Галин Стоев: Господин Борисов, Историята Ви гледа, а нейният съд е безпощаден. Аз чета [онлайн]. 25 август 2020 [видяно 20 декември 2020]. Достъпно на: <https://azcheta.com/galin-stoev-gospodin-borisov-istoriyata-vi-gleda-a-nejniyat-sad-e-bezposhtaden/>.



ление не е най-правилният подход в нито един бизнес, особено културен. Културните дейци имат достойнство и е разбираемо да искат адекватно отношение, заплащане и мерки. Липсата на гъвкавост си пролича много ясно с тази извънредна ситуация. Един от големите проблеми, който според мен не беше коментиран достатъчно публично, е, че при първия сигнал за тревога голяма част от книжарниците реагираха със спиране на плащанията към издателите, което ги постави в ситуация да бъдат некоректни към своя персонал.

— Можете ли да разкажете за начина на работа в „Аз чета“ преди коронавирусната пандемия и съответно дали има разлики след 13 март 2020 г., когато обявиха извънредното положение?

Милена Ташева:

— Разлики няма, защото „Аз чета“ винаги е бил в основата си екип от доброволци, а нашият отговорен редактор Диляна Денева работи от Варна. Тя е част от екипа на BookMark, нашата дигитална агенция, която съвместява управлението и развитието на сайта. Процесите ни на работа така или иначе бяха оптимизирани за работа от разстояние. Това, което се промени, е, че започнахме да отделяме по-голям ресурс за работа с библиотеките, по-конкретно с Регионална библиотека „Христо Ботев“ във Враца, с която направихме кампанията #ВкъщиСъмИЧета. Чрез тази кампания всяка седмица, или през седмица, се срещаме онлайн със съвременни български автори на живо във фейсбук. Този формат е с безплатен вход, не е нужно и купуването на книга, на което разчитат издателите. Една такава среща, била тя и онлайн, всъщ-



ност дава възможност на читателите да задават въпроси, да не губят усещането за културен живот. Имахме и книжно предизвикателство през април миналата година. Беше забавно и целта му беше да повдигне настроението на хората. Кампанията беше още едно напомняне, че има какво да правим по къщите и е по-добре да не излизаме, а да се пазим.

Александър Кръстев:

— Намаляха ревьютата, защото точно тази секция на сайта, която хората обичат най-много и е основата му още от самото създаване, е свързана много със свободно-то време на редакционния ни екип.

— Как се отразиха тези инициативи на целия екип, на читателите, издателите? Одобриха ли ги, харесаха ли им?

Милена Ташева:

— Започнахме да си правим онлайн срещи вътре в екипа, вместо да се опитваме да се съберем на живо. Оказа се, че онлайн е доста по-лесно. Имаме много положителни отзиви от читателите – и от срещите с автори, и от читателското предизвикателство, и от усиленото качване на откъси от книги. Мисля, че допълнителните усилия, които положихме през пандемията, дават резултат.

Александър Кръстев:

— Нищо че изглежда като да се караме много на издателите за нещата, които правят, и най-вече за тези, които не правят, за пореден път протегнахме ръка към тях. Част от дейността на BookMark продължава да бъде свързана с маркетинг в книгоиздателската сфера и зна-



ем кое от по-разпознаваемите стотина издателства има хубав собствен сайт, през който продава книгите си. Помогнахме им, като през първата вълна на пандемията им предоставихме възможността да се позиционират в „Аз чета“. Радвам се, че немалка част от издателите го оцениха, защото ние, първо, сме партньори с тях, с читателите, с библиотеките и чак след това сме медия, която се опитва да се издържа от реклама.

Милена Ташева:

— Доста положителен беше отзивът. Около 30 издателства се възползваха от възможността за безплатен банер в сайта. През миналия юли станахме на 14 години и освен редизайн знаем колко са важни протегнатите ръце, особено в началото. Затова създадохме и един абонамент – рекламен пакет за стартиращи издатели с рекламни формати на стойност почти 600 лв. и всяко издателство може да се възползва от него до една година след създаването си или до първите 2 публикувани книги.

— Според Вас какви са разликите в мерките, които се предприемат в книжния сектор за преодоляване на кризисната ситуация в България и в чужбина?

Милена Ташева:

— Милена Петрова, която беше част от екипа на „Аз чета“ и сега е научен изследовател в Швеция, ми разказа, че някои от книжарниците там доставят книги по домовете, въпреки че нямат онлайн магазин. Разказа ми също, че може да си поръчаш книга изненада – няколко подготвени заглавия, с които да рискуваш. Но не мисля, че има голяма разлика в мерките. Дори книжарниците в България са по-облагодетелствани, защото, за разли-



ка от страни с пълнен локдаун, те продължиха да работят дори през извънредното положение. За съжаление, издателският бранш прекалено много разчита на панаири и „алеи на книгата“.

— Като медиен партньор на Софийския международен литературен фестивал, какво мислите за решението да бъде проведен онлайн?

Александър Кръстев:

— Сега не е време за организиране на живи събития, защото на Панаира на книгата има тълпа. Поздравявам тези няколко издателства, които опитаха да направят алтернативно събитие. Каквото и да е, провеждането на живо на Международния литературен фестивал щеше да е, меко казано, безотговорно. Най-вероятно много от чуждестранните автори така или иначе нямаше да дойдат. Надявам се, че форматът ще бъде достатъчно интересен за много повече читатели, които ще могат да гледат дори не на живо, но поне на запис, срещите, които се случват.

Милена Ташева:

— Ние избираме много стриктно медийните си партньорства. Имаме сериозна политика относно партниране на събития, отразявани от жълти медии. Относно фестивала, ние бяхме единствената медия, която излъчва част от събитията, заедно с някои издателства, които излъчваха срещи със своите автори.

— Имате ли наблюдение дали читателите на „Аз чета“ се увеличиха през пандемията, докато всички трябваше да сме вкъщи, а сайтът е голямо разнообразие



зие за книголюбителите – шанс да се откъснат малко от живота си и да влязат в любимите си среди?

Милена Ташева:

— Да, имаше повишаване на дневните влизания, но това е свързано и с повечето тематично съдържание. Ние не се впуснахме в създаване на пандемично съдържание, заложихме на полезното. В сайта могат да бъдат открити съвети за автори, които подготвят живи излъчвания, откъси от книги в специалния ни проект.

Александър Кръстев:

— При нас всичко е силно зависимо от това има ли, или няма Панаир на книгата – пролетен и коледен, защото това са двете събития, в които ние фокусираме страшно много усилия от гледна точка на редакционно съдържание, подготвяме по десет материала на ден, които носят в рамките на две седмици понякога около 2–3 пъти по-голям трафик. Липсата на тази активна кампания повече от месец със сигурност ни се отразява. Но видяхме, че хората прекарват повече време в сайта. Имаме по-малко новини, но за сметка на това повече полезни материали. Освен всичко друго, през 2020 г. част от съдържанието се случва директно през социалните мрежи, което води до засилване на връзката ни с аудиторията.

Александър Кръстев и Милена Ташева не крият радостта си, че чрез сайта допринасят за поддържането на културния дух и дават храна на гладните за култура читатели извън София, понеже в столицата като че ли са се пренаситили от културни мероприятия. Също така са доволни, че в началото на извънредното положение чрез



маркетинговата си платформа BookMark успяват да подкрепят бизнеса на няколко издателства, с които работят, като ги убеждават единствено, че трябва да увеличат бюджетите си за реклама. Те споделят, че въпреки негативните последици от коронавируса, успяват да извлекат и максимални ползи за сайта, екипа и читателите си. Според тях зависи от всеки от нас доколко ще се възползваме от възможностите по време на подобна икономическа и здравна катастрофа и дали ще успеем да извлечем позитивите от една негативна ситуация, или ще седим и ще се оплакваме.

Виктория Алексич

Електронните книги отново в подем

В условия на карантина заради непознат вирус като COVID-19 свободното време надделява и предразполага към любими занимания, които сме пренебрегвали, когато сме били твърде заети. Едно от тях е четенето на книги. Тази особена ситуация повдига въпроса дали е възможно интересът към четенето да се засили при хората, които не практикуват често това занимание или са го оставили на заден план заради липсата на свободно време.

Съвременният свят предлага невероятно богатство от разнообразни средства за комуникация. Телевизията, радиото и интернет могат да потопят съзнанието в един информационен океан. Това води до промяна в съзнанието на различните поколения. От една страна, младите хора, традиционно ориентирани към интернет, предпочитат да четат кратки текстове, които могат да намерят във виртуалното пространство. От друга страна, по-възрастните все още изпитват привързаност към книжния носител на информация, предпочитат печатното слово. Карантината може да се превърне в стимул, чрез който



съвсем категорично да се върне интересът към четенето на книги, дори и в електронен формат.

В началото на март 2020 г. поради краткото време за реакция библиотеките и книжарниците затвориха врати заради епидемичната обстановка. Така читателите бяха принудени да потънат в дигиталните каталози на онлайн книжарниците и да потърсят нови възможности за четене на книги. Смятани за съвременен аналог на печатната книга, електронните книги все по-често намират място във всекидневието ни. Те са една невероятна алтернатива, предпочитана от много хора заради удобствата при четене и възможността за съхранение на стотици заглавия в паметта на телефона или електронния четец.

Показателно е например, че през 2020 г. обемът на продажбите на електронни книги в Съединените щати нараства с 12,3% – от 170 милиона през 2019 г. на 191 милиона копия.¹

Пазарът винаги ще намери възможности за растеж, независимо от обстоятелствата. Пандемията доведе до периодично затваряне на книжарници и библиотеки в много страни.

В този труден за българското книгоиздаване момент се срещнах с Флора Велчева – организатор маркетинг в издателство „Изток-Запад“, и Иван Богданов – председател на Фондация „Буквите“.

„Изток-Запад“ е сред най-авторитетните български издателства и се наложи на книжния пазар с високото качество и добрия дизайн както на книгите на хартиен носител, така и на електронните книги. Фондация „Бук-

¹ Millot, Jim. A Year for the (Record) Books in Publishing. Publishers Weekly [online]. 29 January 2021. Available from: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/85453-a-year-for-the-record-books-in-publishing.html/>.



вите“ е един от партньорите, предоставили най-голям брой електронни книги, над 100, за инициативата „Чети във влака“ на БДЖ.

В разговора с Флора Велчева се фокусирахме върху предимствата на електронните книги, обсъждайки как физическият контакт е превърнат във виртуален.

— Как пандемията повлия на продажбите на електронните книги?

— До известна степен положително. Електронните книги са добър начин един млад автор да придобие известност. За разлика от хартиените, те нямат утежняващия разход на отпечатването, а и лесно могат да бъдат пуснати за безплатен достъп в интернет. По този начин се дава възможност на широка аудитория да се запознае с нашите издания.

— Какви предимства на електронните книги се проявиха по време на пандемията?

— Електронните книги имат за цел да осигурят на потребителите справедлив, бърз, икономичен и ефективен достъп до информация. Те са по-бързи за получаване, а и се избягва чисто физическият контакт както при изпращане, така и при получаване на поръчката. Мога да споделя, че електронните книги при нас генерират около 10% от общите продажби. Като цяло продажбите им леко се увеличиха, но повече нарасна споделянето на електронни книги из различни групи и сайтове. Книгите на хартиен носител обаче продължават да са по-любимият вариант на повечето читатели. Клиентите ни знаят,



че при изпращане на поръчки спазваме всички здравни мерки, и много от тях предпочитат печатните книги.

— По какъв начин беше засегнато Вашето издателство?

— Анализът, направен от ръководството на издателството още през първата вълна на пандемията, показва силното ѝ въздействие върху индустрията. От средата на март 2020 г. до началото на лятото служителите в издателството работеха от вкъщи, както в много други сектори.

В разговора с Иван Богданов обърнахме повече внимание на промените в издателството и справянето с пандемичната ситуация.

— Какви промени предприехте?

— Наложихме да засилим много виртуалното представяне. Започнахме да правим видеоконференции с много автори, дори онлайн представяния, тъй като достъпът до реална публика ставаше все по-невъзможен. Периодично оставаме затворени по къщите, но това не пречи да продължим с виртуалните премиери.

— Относно маркетинга – включихте ли се към някоя кампания, или сами предложихте нова инициатива на читателите?

— Маркетингът всъщност е най-важната част от издаването на една книга, като се осъществява с активна дейност в социалните мрежи. Лично аз успях да продам „на зелено“ ненаписания си роман „Пътят към книгата 2“



само на базата на различни откъси от него, които пусках във фейсбук. Влиянието на социалните мрежи е много по-силно от преди, а и нагласата на хората е друга. Всички книги, финансирани от Фондация „Буквите“, вече са излезли, повечето имаха премиери и авторите им раздаваха автографи. Останалите, които се проведоха през декември 2020 г., бяха представени в общ лайф чат, в който Яна Радилова, Петя Димитрова и други известни автори разказаха за книгите си, премиерите си и какво се е случило след издаването им.

Сега COVID-19 обикаля целия свят, оставяйки след себе си следи от унищожение. От една страна, много издатели са изправени пред необходимостта от радикални решения, за да оцелее бизнесът им. От друга страна, те трябва да отговорят на повишеното търсене на електронни книги. В заключение Иван Богданов посочи като тенденция, че четенето на електронни книги става все по-разпространено, без обаче да си пречат с книгите на хартиен носител.

Цветомира Дачева

Новият лек срещу изолацията

Още през XIV век Джовани Бокачо е интерпретирал в своя сборник „Декамерон“ идеята, че по време на пандемия човек търси бягство и утеха в приказките, притчите и книгите. Седем столетия по-късно, изпаднали в ситуация, подобна на тази от сюжета на италианския хуманист, хората отново обръщат поглед към света на въображаемото. За да съхранят съзнанието си, те се пренасят другаде чрез четене, разказване и слушане на измислени истории. Затвореният в дома си човек, желаещ да се откъсне от потискащата действителност на 2020 г., беше принуден да преоткрие дигиталните формати, появили се отдавна, но избягвани от консервативния книголюбител заради носталгията по печатната книга. Откъсвайки хората от книжарниците и библиотеките, COVID-19 не остави много алтернативи. Удобството на аудиокнигата беше бързо забелязано не само от потребителите, които тепърва навлизат в това „ново четене“, но и от издателите, за които се оказа един много добър изход от сложната ситуация.

Изолацията, наложена в много държави, принуди компаниите за аудиокниги да преработят своите плано-



ве и да пуснат аудиоверсиите на някои заглавия преди тяхното официално излизане по книжарниците в печатна форма, за да осигурят достъп на читателите до желаните от тях книги. Не беше изненадващо, че още в началото на изминалата година една от най-големите издателски компании „Пенгуин Рандъм Хаус“, вероятно предусетила значението, което аудиокнигите ще придобият в новата обстановка, изтегли всички свои заглавия от платформите за аудиоматериал, които предлагат неограничен достъп срещу месечен абонамент. Скоро след това се появиха предположения, че това е част от плана на компанията да създаде своя платформа за аудиокниги, но това вероятно няма да се случи в близкото бъдеще.¹

През 2020 г. се наблюдаваше бързо навлизане и популяризиране на аудиокнигите в Европа, като то беше особено активно в най-силно засегнатите от вируса страни. Например в Испания, една от най-пострадалите държави по време на първата вълна на пандемията, където платформите за неограничен достъп до аудиоматериал срещу абонамент през септември миналата година нараснаха много бързо от една на три – Storytel, Podimo и Audible. Конкуренцията между тях е толкова ожесточена, че принуди гиганта Audible да отстъпи от традиционния си модел на работа. За разлика от други пазари, където важи правилото, че абонаментът на Audible се равнява само на една аудиокнига на месец, в Испания месечната такса дава неограничен достъп до всички

¹ Anderson, Porter. PRH Exits International Unlimited Subscriptions, Fueling Speculation. Publishing Perspectives [online]. 23 January 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/01/penguin-random-house-exits-international-unlimited-subscription-fueling-speculation/>.



налични в платформата заглавия.² Друг пример за засиленото проникване на този дигитален формат в Европа заради пандемията е свързан с една от най-известните немски платформи за електронни книги – Skoobe. Вероятно усетила популярността, която аудиокнигите бързо набират, през септември 2020 г. компанията добави 10 хиляди заглавия в аудиоформат към вече съществуващия си каталог от електронни книги.³

Наблюденията върху книжния пазар разкриват засилващия се интерес на издателите към аудиоформата, явяващ се спасителен пояс за тях в усложнената пандемична ситуация. Остава обаче въпросът: „Има ли реален интерес от потребителите към това „ново четене“?“ Данни от изследване на пазара на аудиокниги в САЩ показват, че средният брой на „прочетени“ заглавия в аудиоформат за едногодишен период се е повишил от 6,5 през 2018 г. на 8,1 през 2020 г.⁴ Изследване, провеждано в Канада на всеки две години от 2014 г., разкрива, че използването на този формат е зачестило.⁵ През 2020 г. 9% от канадците слушат аудиокниги по повече от веднъж

² Anderson, Porter. Audiobook Subscriptions: Audible and Podimo Join Storytel in Spain. Publishing Perspectives [online]. 21 September 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/09/audible-and-podimo-join-storytel-in-unlimited-streaming-in-spain-covid19/>.

³ Anderson, Porter. Norway's Beat Technology Partners With Germany's Skoobe on Audiobooks. Publishing Perspectives [online]. 14 September 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/09/norways-beat-technology-partners-with-germanys-skoobe-on-audiobooks/>.

⁴ Watson, Amy. Average number of audiobooks read in the last 12 months by consumers in the United States from 2018 to 2020. Statista [online]. 14 October 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/249809/book-consumption-per-person-in-the-us/>.

⁵ Watson, Amy. Canada audiobook listening frequency 2014-2020. Statista [online]. 23 November 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/645982/canada-audiobook-listening-frequency/>.



на ден. В предишните проучвания нито един от анкетираните не е посочил такава честота на потребление.

В Европа аудиокнигите бързо навлизат през последните години. Четенето в аудиоформат е сред осемте най-предпочитани дейности, с които 24% от анкетираните полски семейства запълват свободното си време през изолацията.⁶ Подобно проучване във Финландия показва, че 9% от участниците в него са отговорили, че предпочитат да прекарват времето си вкъщи, слушайки аудиокниги.⁷

Ако се съди по данните за продажбите на една от най-разпространените в Европа платформи за неограничен достъп до аудиосъдържание – Storytel, успехът на аудиоформата е безспорен. Шведската компания отбелязва покачване на печалбите с 45% още през първото тримесечие на 2020 г. През всяко следващо тримесечие новите потребители нарастват с по 100 000, а приходите се увеличават с около 30 милиона шведски крони. По този повод президентът на компанията Джонъс Телъндър коментира:

Ние сме много благодарни и горди за ролята, която изпълняваме за много хора, които търсят отмора, вдъхновение, бягство от действителността или забавление в тези трудни за света времена.⁸

⁶ Sas, Adriana. Use of modern technologies by families in their free time during the coronavirus (COVID-19) epidemic in Poland in 2020. Statista [online]. 17 July 2020 [cited 20 November 2020]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/1134277/poland-families-use-of-modern-technologies-during-covid-19/>.

⁷ Statista Research Department. How do you spend time at home in the exceptional circumstances during the COVID-19 outbreak?. Statista [online]. 2 April 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/1108842/popular-home-activities-during-the-coronavirus-outbreak-in-finland/>.

⁸ Storytel exceeds forecast for the second quarter 2020. Storytel [online]. 7 July 2020 [cited 25 November 2020]. Available from: <https://investors.storytel.com/en/storytel-exceeds-forecast-for-the-second-quarter-2020/>.



Причината за нарастващата популярност на аудиокнигите се разкрива и в проучване, проведено от английската образователна организация „Нешънъл Литераси Тръст“. Близко 32% от запитаните деца и младежи твърдят, че слушането на аудиокниги ги е накарало да се почувстват по-добре по време на изолацията.⁹ Във времена на несигурност, тревога и стрес хората търсят опора и утеха в книгите, включително в аудиоформата, който не изисква почти никакво усилие или концентрация.

Във връзка с повишения интерес към аудиокнигите в кризисната ситуация, се обърнах с няколко въпроса към Лиза Василева, управител на българския клон на компанията „Сторител“, която коментира тенденцията така:

През тази година Storytel в България наблюдава приток на клиенти и повишена разпознаваемост на бранда и услугата. В тези напрегнати времена за глобалната общност ясно се вижда, че хората активно търсят преживявания с аудиокниги за забавление, знания и за добра компания.

Аудиокнигите карат хората да се чувстват по-добре по време на изолацията и оказват положително влияние върху менталното им здраве, но носят и други ползи, които станаха очевидни заради кризисната ситуация. Аудиокнигите за деца например се оказаха много добро оръжие в ръцете на родителите, на които не само се наложи да работят от домовете си, но и трябваше да обръщат още повече внимание на своите деца, когато се зат-

⁹ Anderson, Porter. UK's National Literacy Trust Research Finds Benefits of Audiobooks for Kids. Publishing Perspectives [online]. 6 July 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/07/uks-national-literary-trust-research-finds-benefits-of-audiobooks-for-kids-covid19/>.



варяха училищата и детските градини. Показателни в това отношение са думите на Телъндър:

Трилърите и художествената литература запазват водещите си позиции на най-четени жанрове в нашата платформа, но напливът на нови потребители и увеличеното време, което семействата прекарват заедно у дома, издигат литературата за деца до третата най-успешна продуктова категория.¹⁰

Друг положителен ефект на аудиокнигите се разкрива от споменатото проучване на „Нешънъл Литераси Тръст“. Близко 53% от анкетираните деца и младежи посочват, че слушането на книги провокира техния интерес към четенето, макар по принцип то да не е предпочитаното им занимание. Голям е и делът на тези, които смятат, че слушането на една книга прави по-лесно нейното разбиране. Данните от това проучване, доказващи положителното влияние, което аудиоформатът оказва върху най-младото поколение, са особено важни в условията на затворени училища и застой на образованието.

Интересни са промените в читателските нагласи спрямо различните жанрове и под влияние на кризата. Данните от платформите за слушане на книги се превръщат в добро огледало за настроенятия на книголюбителите. Лиза Василева споделя своите наблюдения върху българските потребители на платформата Storytel:

¹⁰ Williams, Mark. Amid the global coronavirus crisis Storytel sees subscribers grow 38%, streaming revenue 45%, even as publishers that sidelined digital struggle for survival. The New Publishing Standard [online]. 12 May 2020 [cited 27 November 2020]. Available from: <https://thenewpublishingstandard.com/2020/05/12/amid-the-global-coronavirus-crisis-storytel-sees-subscribers-grow-38-streaming-revenue-45-even-as-publishers-that-sidelined-digital-struggle-for-survival/>.



От първата вълна на пандемията забелязахме увеличен интерес на нашите абонати към книгите в категорията „Самоусъвършенстване“. В кризата хората явно са по-склонни да се вгледат в себе си или търсят отговори в популярната наука и духовните практики. Същевременно любими останаха криминалният и биографичният жанр, класиката и детските книги.

Тази оценка обаче отразява само едната крайност, към която клонят хората в пандемичната обстановка. Други данни показват, че се засилва интересът към антиутопичния жанр, като конкретно в Storytel голяма популярност набира шведският аудиосериал „Вирусът“ на Даниел Оуберг, от който бяха преведени първите два сезона. Парадоксално, той се оказва доста актуален за днешната действителност и провокира въпроса дали хората реално търсят бягство от пандемията в света на въображаемото, или нейно отражение, което да ги обнадежди, че човек може да оцелее дори в още по-лоши ситуации.

В криза, като тази, най-важното обаче не са парите, печалбите и броят на новите потребители. От значение са и сътрудничеството, взаимната помощ и подкрепата, с които да стане възможно преодоляването на огромното предизвикателство пред човечеството. Съществуват прекрасни примери за инициативи, които показват, че във време на криза е важно да се пренебрегне комерсиалното, за да се постигне общата цел. Един от тях е кампанията „Историите помагат“ на Audible, платформата за аудиокниги на „Амазон“, която пушна на свободен достъп част от своите книги за деца, при това не само на английски език, но и на испански, френски, немски, италиански и дори китайски. Друг пример е сайтът Pottermore,



който пушна безплатни версии в двата дигитални формата на „Хари Потър и Философският камък“. Това бързо превърна аудиокнигата на първата част от поредицата за „момчето, което оживя“ в едно от най-сваляните и слушани заглавия по време на изолацията. Във времето, когато много правителства по света призоваха своите граждани да носят маски, не можеше да остане незабелязана и дейността на компанията „Сторител“. Вероятно с цел да повлияе подсъзнателно на своите потребители и да подкрепи движението #MaskUp на рекламните материали за последните сезони на аудиосериала „Вирусът“, главната героиня е с маска.¹¹



Плакатът на аудиосериала „Вирус“ от Даниел Оуберг. © Storytel

¹¹ Anderson, Porter. Audiobooks: Sweden’s Storytel Sees Q2 Sales Jump 43 Percent over 2019. Publishing Perspectives [online]. 12 August 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://publishingperspectives.com/2020/08/storytel-issues-an-interim-report-q2-jump-in-sales-covid19/>.



В България по време на изолацията много издателства и автори използваха социалните мрежи за провеждане на премиери и срещи онлайн, с цел да запазят връзката със своите потребители и междуременно да създават съдържание, с което да ги подпомагат по някакъв начин. Същото направи и българският екип на „Сторител“, който през април 2020 г. започна да провежда във фейсбук срещи на живо с български автори, чиито произведения са качени в платформата, и актьори озвучители, участвали в създаването на аудиокнигите. Във връзка с кампанията Storytel Live Лиза Василева коментира:

Отдавна искахме да създадем платформа, където да имаме неформални и даже по-интимни разговори с творците, които, освен да прочетат своя любим откъс от произведение, да могат да разкажат как се е родила историята и колко време е отнело написването. Вярваме, че зад всяка добра история има интересна предистория. Storytel Live видя втори сезон и през есента със срещи с нашите разказвачи – гласовете озвучители зад микрофона, които имат тежката задача да пренесат слушателя в този възшебен свят на аудиокнигата.

Рязкото покачване на популярността на аудиокнигите по време на пандемията доказва възможностите, които форматът предлага не само за потребителите, но и за издателите. Кризисната ситуация обаче разкрива много негови незабелязани досега предимства, които биха имали добро приложение и след края на пандемията. Дали аудиокнигите ще запазят своите нови потребители в бъдеще, когато отново ще е възможно читателите спокойно да си набавят печатни издания в книжарниците

и библиотеките? Дали ще съжителстват безпроблемно с печатните и електронните книги както досега, без нито един от форматите да бъде застрашен? Това са значителни въпроси пред издателския бизнес, на които все още не може да бъде даден отговор. По всичко личи обаче, че аудиокнигите ще предложат много удобства и ще навлизат все повече във всекидневието на хората.

Анна Ангелова

Онлайн книжарниците не затварят

Продажби като пред Коледа – такъв беше първоначалният ефект от локдауна през пролетта на 2020 г. за книжната търговия в интернет. Пандемията от COVID-19 затвори много книжарници по света и в България. Хората се насочиха към пазаруването онлайн, което далеч преди появата на вируса беше показало своите предимства. Сред тях са голямото разнообразие на предлаганите книги и бързата доставка до дома.

По време на извънредното положение у нас в периода март – май 2020 г., когато на повечето ни се наложи да останем вкъщи, всеки търсеше приятен начин да запълни изненадващо появилото се свободно време. Много хора се обърнаха към книгите. Често чувахме фразата: *Много искам да прочета тази книга, но все не ми остава достатъчно време.* Е, след като вече времето бе налице, остана въпросът как да се придобие търсената книга.

Наложените ограничения и задължителната социална дистанция доведоха до временно затваряне на физическите обекти на големите книготърговци, но значителна



част от продажбите им идваха именно от интернет покупки. Проучване на Асоциация „Българска книга“ от ноември 2020 г. показва, че 64% от издателите имат увеличение в приходите от продажби на книги онлайн. Близо половината от анкетираните издатели и книготърговци (46%) са успели да развият собствен интернет магазин. Въпреки това онлайн продажбите е трудно да компенсират загубите за бранша, тъй като голяма част от книгите обикновено се купуват от традиционните книжарници.¹

С въпроса как се е отразила пандемията върху продажбите на българския онлайн магазин store.bg, се обръщам към неговия собственик и управител Петър Ванчев. Според него намалелите доходи на населението са основен фактор, довел до временен спад в потреблението. Спадът в приходите в издателствата също е по-речил на издаването на нови и разнообразни заглавия. Отрицателните ефекти на този етап не доминират над положителните – почти всички последици от тази криза са в полза на компанията: затварянето на физическите обекти води до пренасочване към онлайн търговията; социалната дистанция се спазва по-добре, тъй като купуването на книги от интернет спестява излишно излизане навън и срещи с хора; спазва се по-добра хигиена, стоката не се докосва от случайни клиенти, а това е важно за потребителите, имайки предвид, че книгите не подлежат на почистване. Според Петър Ванчев намаляването на посетителите във физическите магазини кара голяма част от търговците да ограничат предлаганото

¹ Около 30% спад в продажбите на книги през 2020 година. Mediapool.bg [онлайн]. 1 декември 2020 [видяно 30 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.mediapool.bg/okolo-30-spad-v-prodazhbite-na-knigi-prez-2020-godina-news315223.html/>.



от тях разнообразие от книги. Това несъмнено дава още едно предимство на алтернативните онлайн магазини.

В store.bg потребителите откриват голямо разнообразие от заглавия на различни езици и от различни тематични области. В класацията на най-предпочитаните книги за 2020 г. правят впечатление няколко български заглавия – „Живот в скалите“ на Мария Лалева, „Физика на тъгата“ от Георги Господинов, хумористичната „Лейди Гергана“ на Цветелина Цветкова и класиката „Тютюн“ на Димитър Димов. Не липсват и нови световни заглавия като „Където пеят раците“ от Дилия Оуенс, „Човек на име Уве“ на Фредрик Бакман и една книга, чиито продажби нараснаха на много места по света след изтичане на давността на издателските права – „1984“ от Джордж Оруел.

В друг от големите онлайн магазини – ozone.bg, също отчитат немалък ръст в своите продажби на книги.² По думите на маркетинг директора Емил Вагенщайн по време на пандемията търсенето на книги е нараснало със 70% – 80% спрямо 2019 г. За периода на извънредното положение от март до май 2020 г. ръстът в продажбите се покачил двойно. Тогава прогнозирали, че през 2020 г. ще продадат малко над 3 милиона екземпляра, но в действителност продадените книги са дори повече. Сред техните най-търсени заглавия се открояват поредиците „Песен за огън и лед“ на Джордж Р. Р. Мартин и поредицата „Хари Потър“ на Дж. К. Роулинг. Търсени са също самоучители, детски книги, книги за самоусъвършенстване.

² Ръст при продажбата на книги онлайн. По света и у нас – БНТ [онлайн]. 25 ноември 2020 [видяно 30 ноември 2020]. Достъпно на: <https://bntnews.bg/news/rast-pri-prodazhbata-na-knigi-onlain-1084649news.html/>.



Увеличението на онлайн продажбите е ясна тенденция и в чужбина. В повечето европейски страни книжарниците останаха затворени с месеци, което пренасочи пазара почти изцяло към интернет.

Според доклада на Федерацията на европейските издатели за последствията от COVID-19 върху книжния пазар ръстът в онлайн продажбите е бил осезаем в много от страните.³ Във Фландрия (северната част на Белгия) ръстът е бил 52% през март и 140% през април 2020 г. Във Франция много интернет книжарници удвояват и утрояват продажбите си. Към края на юни в Румъния делът на онлайн продажбите достига 40%. На местата с не толкова строги изолационни мерки, като Нидерландия, където книжарниците останаха отворени, също има ръст на интернет търговията – 30% до края на април 2020 г. Забележителен растеж от 400% достигат онлайн продажбите на британската компания за търговия с канцеларски стоки и книги WH Smith. Най-голямата книжарска верига във Великобритания – „Уотърстоунс“ – също увеличава приходите си пет пъти само за първата седмица от локдауна.⁴

Асоциацията на италианските издатели съобщава за истински скок в приходите от онлайн продажбите на книги. Докато през 2019 г. делът им е бил 27%, в периода на първата пандемична вълна се покачва на 48%, като

³ Consequences of the COVID-19 Crisis on the Book Market. Brussels: Federation of European Publishers, p.5 [online]. 22 July 2020 [cited 3 December 2020]. Available from: <https://feepfee.eu/-Publications/>.

⁴ Бум в онлайн продажбите на книги. Сега [онлайн]. 28 март 2020 [видяно 3 декември 2020]. Достъпно на: <https://segabg.com/category-culture/bum-online-prodazhbite-na-knigi/>.



средно за цялата година е 43%.⁵ Но това увеличение се наблюдаваше на фона на значителни загуби от затворените книжарници навсякъде из Европа.

Въпреки увеличението на продажбите онлайн книгоиздателският бизнес по целия свят изживява труден период. Щетите от принудителното затваряне на книжарниците, от отложените нови заглавия, от съкращаването на персонал са прекалено големи, за да бъдат компенсирани напълно от успеха на интернет продажбите. Ще е нужно време, докато книжната индустрия се върне към нормалния си ритъм. Начинът да я подкрепим е много простичък – купуване на книги, разбира се.

⁵ Lo stato del libro in Italia e in Europa nell'anno della pandemia. Associazione Italiana Editori [online]. 28 January 2021 [cited 23 February 2021]. Available from: <https://www.aie.it/Cosafacciamo/AIEtiinforma/News/Leggilanotizia.aspx/>.

Василена Гидикова

Когато училището се премести вкъщи

Не мисля, че някой от нас ще забрави пандемията, започнала през 2020 г. Иронично е, че това така неясно време ни показва пътя, по който трябва да вървим – пътя на дигитализацията, пътя към онлайн пространството. Книгоиздаването не направи изключение. Как пандемията повлия на образованието и литературата, на книгоиздателите и книготърговците, как повлия на цяла индустрия, без която не можем да движим света напред?

Никой от нас не беше подготвен за това, което ни сполетя, и резултатът бе забележимо трудното начало за всички ни. Бързата реакция в отговор на ситуацията породила много смут. Затварянето на училища и университети постави пред нас ново предизвикателство, а именно – обучение в критичен момент, непозволяващо образованието да е такова, каквото го познавахме. Затова ни беше нужна достатъчно ефикасна алтернатива. Класните стаи се превърнаха във видеоразговори, учебниците – в PDF файлове, писането – само на клавиатура, а училището се премести вкъщи пред компютъра. Разби-



ра се, всичко това не беше никак лесна задача за хората, които се нагърбиха с тази огромна отговорност – да поддържат нивото на образование дори когато това изглежда непосилно.

Много български издателства започнаха различни инициативи в подкрепа на учители, ученици и родители. Разработиха сайтовете и платформите си така, че да бъдат пълноценен източник на информация, напълниха ги с нови материали, предложиха различни начини за онлайн преподаване. И най-важното – повечето от тях направиха достъпа до ресурсите си безплатен. Сред първите, които реагираха още при обявяването на извънредното положение през март 2020 г., бяха „Просвета“ и издателската група „Клет“. Малки издателства като „Педагог 6“, „Изкуства“, „Бит и техника“ също помогнаха за преминаването към обучение в онлайн среда, като качиха на страниците си електронни варианти на учебниците и помагалата, които предлагат, обособени по лесен и приятен начин за свободно ползване от учениците в прогимназията.

Свързах се с издателство „Просвета“ – водещото издателство за учебна и учебно-помощна литература в България, което предприе бързи мерки, за да подпомогне ученици, учители и родители още от първите дни на пандемията.

Издателството е основано през 1945 г. към тогавашното Министерство на народното просвещение. От 1948 г. е самостоятелно държавно издателство с печатница, докато през 2000 г. не се преобразува в акционерно дружество.¹ То публикува произведения на над 50 хиляди

¹ История. Издателство „Просвета“. Достъпно на: <https://www.prosveta.bg/za-nas/izdatelstvo-prosveta/istoriya/>.



автори и художници и изгражда съвременния модел за създаване на учебници и помагала. Изданията им са във всички сфери на образованието, науката и изкуството, като общият им отпечатан тираж е над 2 милиарда екземпляра.

Имах удоволствието да се срещна с Никола Кицевски – главен директор на издателството, в което той ме запозна с работата им през 2020 г., и по-специално с електронния образователен портал „е-просвета“.

— Какви са наблюденията Ви относно влиянието на пандемията върху литературата и образованието в последните месеци? Как се промениха те?

— Да започнем от литературата. Тепърва ще разберем дали някой наш писател, затворил се с месеци, за да не пипне заразата, е създал „Под игото“ на XXI век. Дано...

Тъй като затварянето на училищата и дистанционното обучение продължават, ще видим два ефекта:

- Принудителен бърз прогрес на електронното образование – не само като развитие на технологии и съдържание, но и като усвояване на съответните умения от голяма част от учителите.
- Доста голям обем от пропуснат материал и неусвоени знания от децата – всяко според етапа, в който се намира. Би било полезно да се проследи дали това ще попречи на тяхното развитие в бъдеще и същевременно да се постави оценка на образователната система – дава ли нужните знания и умения, или се учи заради самото учене?



— Как реагирахте на настъпилите промени като едно от водещите издателства за учебна литература в България? Каква инициатива предприехте в подкрепа на учители и ученици?

— Създали сме познавателни книжки за всички групи в детската градина – от 2 – 3 до 6 – 7-годишните, както и учебници по всички предмети от 1-ви до 12-и клас. Всички те имат и печатни, и електронни варианти. Издаваме и академични заглавия, но рядко.

Затова имахме готовност да отговорим веднага на принудителното дистанционно обучение, въведено заедно с извънредните мерки през март 2020 г.

По принцип и до този момент нашите електронни учебници бяха предоставени за свободно ползване на учителите, които преподават по тях – те са изключително полезен помощник при работа в клас. За свободно ползване от всички желаещи сме предоставили и PDF файлове на нашите учебници от 1-ви до 7-и клас. Това обаче не са истински електронни учебници – те нямат интерактивни упражнения, тестове, образователни филми, 3D визуализации и т.н.

Интерактивните ни електронни учебници бяха платени – чрез едногодишен абонамент на една според мен достъпна цена от 6 лева. Първото, което решихме да направим в подкрепа на образованието като социално отговорна компания, беше да осигурим безплатно ползване на всички наши електронни учебници – и за ученици, и за родители, и за учители.

И наистина тези учебници се ползваха масово – имаше дни с по 77 хиляди и с по над 100 хиляди влизания. За



целия период регистрирахме близо 200 хиляди уникални потребители.

Не всички семейства в България обаче имат компютри или пък достъп до интернет. Затова направихме още една стъпка, в която и до днес не ни е последвало нито едно българско издателство – започнахме заснемането на видеоуроци с учител. Имаше дни, в които създавахме по няколко видеоурока, за да натрупаме достатъчно образователно съдържание. Предоставихме безвъзмездно тези видеоуроци на Българската национална телевизия и на телевизия „България он еър“. Така от последната десетдневка на март до края на месец май 2020 г. над 150 видеоурока можеха да бъдат гледани от всяко дете от 1-ви до 7-и клас.

— Разкажете повече за електронния образователен портал „е-просвета“ – за неговото развитие по време на пандемията и успеха му при различните възрастови групи. Какъв е интересът от страна на ученици и родители и смятате ли, че е пълноценна алтернатива на традиционния метод на обучение? Може ли да го измести?

— Нашето издателство за първи път в България, още през 2010 г., започна работа по създаването на електронни учебници. Тогава понятието „електронен учебник“ още не съществуваше в българския правен мир. То бе въведено официално едва през 2016 г. с влизането в сила на новия образователен закон. Създадохме няколко поколения учебници. Първите, разбира се, изглеждаха доста елементарно в сравнение със сегашните. Някъде през 2013 – 2014 г. се опитахме, от една страна, да проучим нагласите, а



от друга, да популяризираме електронното образователно съдържание. Раздадохме дискове с електронни учебници на всички учители, преподаващи от 1-ви до 7-и клас, в цялата страна – десетки хиляди дискове.

Оказа се към онзи момент, че едва 3% – 4% от учителите изобщо са си направили труда да отворят тези дискове, за да видят какво има в тях. Постепенно обаче – и в резултат на безвъзмездното обучение на стотици учители, все повече от тях започнаха да работят в клас с нашите електронни учебници.

Междувременно на няколко пъти сменихме платформата за създаване и ползване на електронни учебници в търсене на най-подходящия вариант за нас и за българските условия. Първоначално закупувахме лицензи на готови чуждестранни платформи. Създадохме специално дружество, което да се занимава с технологичното ни развитие – „Просвета Либри“. Накрая стигнахме до извода, че за да вървим напред, конфекцията не ни върши работа – ще трябва сами да си „ушием“ платформа. По „е-просвета“ работим от края на 2016 г. до началото на 2017 г. и продължаваме да я развиваме.

Това е платформа за създаване и разпространение на електронно съдържание. Тя е интегрирана с едни от най-използваните световни образователни платформи – Microsoft Teams и Google Classroom.

В „е-просвета“ са включени всички интерактивни учебници на издателската група по всички предмети от 1-ви до 12-и клас, както и познавателни книжки за всички групи на детските градини.

Специално за платформата създадохме т. нар. кратки е-уроци. Всеки от тях съдържа есенцията на конкретна тема по предмета, много кратко и ясно изложена, илюс-



трирана с подходящи видеоматериали – филми, снимки или специално създадени 3D възстановки. Към това са прибавени интерактивни упражнения за затвърждаване на знанията, а в края на всеки кратък е-урок има и тест за проверка.

В „е-просвета“ са качени и всички заснети от нас досега видеоуроци – ако до месец май са били към 150, сега, в средата на ноември, вече са над 600 и продължаваме всяка седмица да заснемаме нови.

От септември 2020 г. разпространяваме „е-просвета“ на абонаментен принцип заедно с нашия партньор – телекома А1. Те са наш изключителен дистрибутор. Платформата набира все повече потребители.

С повторното затваряне на училищата отново – вече заедно с А1 – решихме, че трябва да помогнем безвъзмездно за образованието на нашите деца. Предоставихме възможност за едномесечен свободен достъп на всички родители и ученици, както и за петнадесетдневен достъп на цели училища, които излизат принудително в дистанционно обучение.

При сегашното развитие на технологиите и на обществото няма пълноценна алтернатива на обучението в клас, на връзката учител – ученик. Компютърът все още не може да държи ръката на първокласника, за да го научи да пише правилно буквите. Разбира се – един ден това може да се промени – когато отпадне необходимостта да пишем на ръка.

— Следейки дейността на издателството в онлайн пространството – фейсбук страницата и сайта на „Просвета“, правят впечатление безплатните онлайн уебинари за учители и безплатните уроци за учени-



ци, както и множеството събития. Как компенсирате финансово загубите от онлайн разпространението на учебен материал?

— Разходите за създаване на електронно образователно съдържание, за заснемането на видеоуроците, за обученията на хиляди учители, за безплатно осигуряване на достъп до учебниците ни в периоди, когато това е важно за обществото, наистина са големи. Но ние не гледаме на тях като на загуба, а като на инвестиция – електронното съдържание ще става все по-неизбежна част от образованието на бъдещите поколения.

— А спаднаха ли продажбите на хартиените издания?

— Продажбите на хартиени издания спадат не поради наличието на електронни учебници. Напротив – фактът, че правим все по-добри учебници, подкрепя реализацията на печатните ни заглавия. За съжаление, продажбите на всички в образователния бранш спадат и ще продължат да спадат поради неумолимата действителност – в България се раждат все по-малко деца. Ако преди 30 години са се раждали по над 100 хиляди годишно, сега са малко над 50 хиляди и всяка година намаляват средно с между 2 и 5 хиляди.

— Как според Вас се справя България с онлайн обучението в сравнение с други страни?

— Не мога да кажа как се справя с обучението, тъй като нямам пряк поглед върху работата на учителите. Със сигурност има такива, които се справят отлично, и



други, които изобщо не се справят. Ще се разбере, ако общият резултат се измери накрая.

Мога ясно да заявя обаче, че електронното образователно съдържание, което е създадо издателска група „Просвета“, с нищо не отстъпва на най-доброто в Европа. Както впрочем и печатното – редовно печелим награди за най-добър учебник на най-големия издателски форум в света – Франкфуртския панаир на книгата, в конкуренция с водещи европейски издателства.

Разговорът с Никола Кицевски завършва оптимистично. Дори поражда чувство за гордост. Макар всичко негативно, случващо се у нас, понякога да ни потиска, отърсиш ли се от хватката му, тежките времена разкриват своя смисъл в името на развитието, градежа, еволюцията.

Оказа се, че в някои аспекти пандемията може да е полезна за хората от света на книгите – от промоции и намаления, през онлайн премиери и дискусии с автори, редактори и илюстратори, та чак до нов вид образование. Е, наистина нелеки удари понесоха малки и големи издателства и книжарници, но от нас, читателите, зависи да им подадем ръка в този труден момент.

Галина Григорова

Най-прекият път към читателя

Онлайн пространството, като неделима част от ежедневието ни, позволява рекламата и медийното отразяване на литературните творби да достигне до голяма аудитория – не само от издателствата, но и непосредствено от самите автори. Всеизвестен факт е, че тайната на успешното разпространение на една книга се крие преди всичко в правилния маркетингов подход. При това именно в интернет – новият съюзник на авторите, които търсят най-прекия път до своите читатели.

За много творци се оказва изключително важна самоинициативата, която предприемат, за да достигнат до своята целева аудитория. Авторът играе важна роля в популяризирането на произведенията си, независимо дали те са новоизлезли или не. За целта той се старее да задържи интереса на читателската аудиторията така, че чрез споделянето между приятели, познати и роднини тя да се разрасне значително с времето.

Какви са най-разпространените подходи, които българските автори използват, за да попаднат в полезрението на читателската публика в онлайн среда по време на пан-



демията? Естествено, избират най-популярните социални мрежи у нас – фейсбук и инстаграм.

Свързах се с трима от тях, които сами рекламират своите книги, за да потърся отговори на своите въпроси.

Стоичко Миличин е психотерапевт, живее в Пловдив, автор на книгите „Огледало без рамки“ и „Семейно танго“. В разговора ни той сподели, че промотира творбите си най-вече чрез платени публикации както в личния си профил във фейсбук, така и в профила на неговия психотерапевтичен „Миличин център“.

Софийската авторка Таня Мир, чиито творчески изяви включват книгите „Откритие“, „Легенди от Белинташ“ и „Нестинарски танц“, посочи фейсбук и инстаграм като предпочитани платформи. Въпреки първоначалните си очаквания, че чрез тях ще привлече по-младата аудитория, впоследствие си дала сметка за засиления интерес на по-възрастните хора към социалните мрежи, който спомага да достигне с творчеството си до по-голям брой читатели.

Деница Андонова, психолог и автор на „Клетъчно хранене с Дени. Холистичен наръчник за здравословна грижа и любов към себе си“ и на „Ново ниво“, също разполага със своя фейсбук страница, която вече има над 30 хиляди харесвания, както и с лендинг¹ страница, спонсорирана от нея с платена реклама.

Отражението на пандемията

По време на пандемията споменатата самоинициатива се превърна от „изключително важна“ в наложителна

¹ От английското понятие landing page. Това е страницата, на която потребителят попада веднага щом кликне върху реклама в интернет, за да получи повече информация относно продукт или услуга.



за много самопромотиращи се автори. Представянето и разпространението на книгите им извън рамките на онлайн пространството е възпрепятствана. Поради това се налага присъствието им в социалните мрежи да се засили.

Търся отговор на въпроса по какъв начин епидемичната обстановка се е отразила на креативния процес на авторите, на продажбите на техните книги и как е променила нагласата им за работа в непредвидените условия на обща карантина.

Таня Мир разказа за отмяната на литературното ѝ турне в редица български градове. Така пропада намерението ѝ да се срещне със своите почитатели и да организира прожекции на пълнометражния филм, създаден по дебютната ѝ книга „Откритие“. Според нея най-бързият начин да се реализират продажби на книги са представянията, събиращи читатели, привлечени именно чрез социалните медии и дошли специално, за да се срещнат с въпросния автор. Тя призна усетената от нея нужда да се съсредоточи върху онлайн рекламирането и сподели:

Пандемията ускори процеси, които вече бяха започнали. Много български писатели дължат успеха си на популярността, която са придобили чрез своята активност в социалните мрежи.

Стоичко Миличин обясни причината за неприятните си емоции по отношение на творческия му процес заради извънредното положение в страната. Завършването и редактирането на втората му книга „Семейно танго“ в такава обстановка не му позволява емоционално да се раздели с нея, защото все още не е издадена, което, от своя страна, не му позволява да се захване с писането на следваща книга. Той сподели, че много е страдал



от обстоятелствата най-вече защото е имал време да пише, но е нямал нужната нагласа. Миличин подчерта разликата между медийното отразяване на първата му книга „Огледало без рамки“, представена на живо в редица български градове, и това на излязлата по време на епидемичната обстановка „Семейно танго“. Втората му книга била отразена бегло само като ново заглавие, но далеч не толкова активно, което се отразило и на нейните продажби.

Деница Андонова нарече отражението върху самата нея на първия локдаун през март 2020 г. *изключително благотворно*. По това време авторката започнала да разширява познанията си за онлайн маркетинга, срещайки се с хора със сходни интереси. На това тя дължи мотивацията и вдъхновението за написването на най-новата си книга „Ново ниво“.

Онлайн премиерите

Естествено, най-важното събитие, свързано с излизането на една книга, е нейното представяне от автора. Когато срещата с читателската публика се окаже невъзможна и опасна, се появява необходимостта от неин адекватен заместител, съобразен с обстоятелствата и лесно достъпен за всеки почитател на литературата. Така навлизат онлайн премиерите като новост в маркетинговата практика. Най-предпочитаната платформа, използвана от авторите, е фейсбук. За целта те създават „събитие“ в социалната мрежа, чрез което канят своите читатели да се включат в даден ден и час в



техния лайв чат², където се провежда представянето на книгата, като след това могат да се задават и въпроси за нея в коментарите. Каква е гледната точка на тримата автори към онлайн премиерите?

Стоичко Миличин сподели мнението си, че най-големият им недостатък е липсата на обратна връзка. Това е опитът му от премиерата на втората му книга „Семейно танго“, състояла се във фейсбук през май месец 2020 г. Премиера на живо дава възможно открито да се види реакцията на присъстващите. Тази реакция поражда дискусия, която авторът намира за изключително интригуваща. Той намира онлайн премиерата за интересна и отбелязва значителния брой зрители, които тя може да събере. Прогнозира по-широкото ѝ навлизане поради това, че обществото ни ще става все по-затворено. И шеговито уточнява: *Дали заради вирус, дали заради навик, дали заради мързел*. Стоичко Миличин смята, че за напред повечето писатели ще предпочитат да представят книгите си в онлайн среда, защото организацията ѝ не изисква разходи. Категоричен е обаче, че нищо не може да замени живия контакт при представянето на един литературен труд.

Таня Мир също потвърждава тези недостатъци и предимства на онлайн премиерите, които по нейно мнение изпъкват с *огромния брой хора*, включващи се в тях, както и със своята неангажираност. Бледнеят обаче пред живия контакт в литературните салони. Въпреки че определя себе си като традиционалист, който предпочита срещите на живо и не смята, че те ще бъдат измес-

² От английски език: live chat. Това е дискусия, която протича в определена социална медия на живо. – Б. а.



тени от виртуалната им алтернативата, тя признава намеренията си да комбинира двата варианта в бъдеще с цел да постигне по-широко разпространение на творчеството си.

Деница Андонова твърди, че и двата вида премиери имат своите плюсове и минуси. Лично предпочита представянията на живо, но смята, че в условията на пандемия, с оглед на спокойствието на хората, онлайн премиерата е правилният избор. Своя опит с нея във връзка с излизането на „Ново ниво“ през ноември 2020 г. тя определя като хармоничен. Споделя, че изпитала искрено неудобство, когато се наложило да кани след това любителите на книгите ѝ на премиера на живо, където тя, естествено, не можела да гарантира за здравословното състояние на всеки присъстващ в публиката. За алтернативните представяния авторката допуска, че биха могли да се превърнат в нещо съвсем обичайно извън условията на пандемия поради факта, че докато в едно помещение могат да се поберат не повече от 100 души, фейсбук дава възможност във виртуално литературно събитие да се включат неограничен брой хора.

След разговорите с тримата автори мога да направя заключението, че COVID-19 оставя своя отпечатък върху личния маркетингов подход на всеки от тях. Когато литературните срещи са невъзможни, тази практика следва да се фокусира върху онлайн пространството. За момента най-използваните онлайн платформи са фейсбук и инстаграм, което, разбира се, не означава, че няма да се появят и други социални мрежи, които да се използват като канали за медийна разгласа.



Промяната в начина на промотиране се изразява главно в появата на онлайн премиерите като подходяща алтернатива, която според повечето автори би могла да бъде предпочитана и занапред, но в никакъв случай не може и не трябва да замества представянията на живо.

Елица Николова

Добре дошли в интернет

В България излизат приблизително двеста заглавия на седмица, много от които сходни по жанр и предназначени за една и съща аудитория. Когато има такова пре-насищане на литературната сцена, едно издание трябва да спечели предимства на пазара, защото се конкурира с още няколко подобни.¹ Затова е важно изграждането на силна маркетингова стратегия. Тя трябва да включва не само гръмки обявления по социалните медии или присъствие на заглавието в онлайн каталози с намаления. Около него трябва да се създаде събитие, чиято крайна цел далеч не е само покупко-продажба.

Четенето и избирането на книга и автор са емоционален избор – твърди Александър Кръстев, основателят на „Аз чета“ – най-голямата онлайн медия за книги.² Именно заради това емоцията трябва да е водеща на подобни събития. Среща с автора, преводача или редактора

¹ Лещарска, Десислава. Събитията за книги не са просто четене на откъси и рецензии. Капитал [онлайн]. 24 декември 2019 [видяно 12 ноември 2020]. Достъпно на: https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2019/12/24/3996073_subitiata_za_knigi_ne_sa_prosto_chetene_na_otkusi_i/.

² Пак там.



на изданието е ефикасен начин за постигане на емоционална връзка.

От март 2020 г. България, а и светът, са изправени пред най-всеобхватната криза от началото на века – икономическа, социална, здравна, човешка. Пандемията от COVID-19 затвори не само домовете ни. В различни периоди оттогава масовите мероприятия бяха забранявани, културните центрове – затваряни, тъй като струпването на хора е опасно за здравето им. В тези моменти на застой на живота някои бизнеси трябваше рязко да реорганизират работата си и да продължат своя ход, спазвайки ограниченията.

Книгоиздателската индустрия пострада немалко. Служителите в нея споделят, че се е наложило бързо приспособяване към новостите – обновени работни графици, промени в планираните за издаване книги през 2020 г. и 2021 г., намалено производство, насочване на продажбите към онлайн средата. Но в тези моменти на кризата, която спря нормалния ход на живота, модерният и технологичен човек намира начин да продължи въпреки пандемията. Интернет пространството приюти милионите си потребители и им предложи десетки възможности – от виртуална класна стая до виртуално посещение на зашеметяващи обекти по целия свят. Тъй като пространството навън бе опасно, хората заживяха в интернет.

Мрежата бе домакин на фестивали, панаири и кампании. Премиерите на книги също се преместиха в онлайн пространството. Да, липсваха подредените столове, липсваше меката мебел, на която да се настаняват водещите, а купчината книги, която след края на срещата се разпродаваше като топъл хляб – и тя липсваше. Срещата с екрана на устройството не предложи на зрителя позна-



тите уют и чувство за сплотеност, но даде друго, което физическите премиери не успяваха. Те бяха достъпни за хора от всяка точка на България и света, позволиха на всеки читател да зададе своите въпроси и да се присъедини към събитието, когато не е притиснат от времето. Някои събития се предаваха в реално време, а за други организаторите заложиха на предварително записано видео с предварително зададени въпроси. Едно е сигурно – в дългите периоди на карантината всеки читател успя да намери премиера за своя интерес.

За любителите на академичната литература Нов български университет бързо организира „виртуална програма“ в Център на книгата, където на живо се излъчиха десетки онлайн премиери без публика. Коментираха се монографии, учебници, изследвания и други. Видео-материалите бяха достъпни за всички потребители на интернет. Евентуална присъствена премиера би била с ограничен достъп, но онлайн пространството освобождава от тези граници.

Във времена на пандемия човек има нужда да се откъсне от реалността, затова на най-много онлайн премиери се представиха романи, съдържащи доза измислица, нотка на магия, които се оказаха примамливи и тъй желани на фона на тежката реалност отвън. Издателство „Емас“ излъчи една-единствена онлайн премиера в началото на ноември 2020 г., но тя събра десетки зрители, които успяха да зададат своите въпроси от всяка точка на България. Авторът на представения роман Гуидо Сгардоли успя да се включи от Италия и да разговаря с българските си читатели.

Издателство „Хермес“ също се включи активно с няколко онлайн премиери на романи. Някои от тях се



проведоха около основания през месец ноември 2020 г. Литературен клуб „Хермес“. В рамките на клуба се състояха виртуални премиери, разговори с автори и читателски рубрики. Десетки зрители наблюдаваха тези виртуални срещи.

„Хермес“ беше едно от най-активните издателства по време на пандемията през 2020 г. За издателя под карантина, онлайн премиерите и трудностите разговарях с Цветомила Димитрова от отдел „Маркетинг и реклама“.

— „Хермес“ има множество премиери още преди COVID-19 кризата да ни застигне. Какви са разликите между организацията на онлайн и присъствени премиери?

— Тази ситуация ни предизвика да мислим за повече онлайн активности – рекламни кампании, събития, промоции. От организационна гледна точка при онлайн премиерите всички усилия са свързани основно с техническите въпроси: в коя платформа ще се проведе; ще има ли видеозапис или ще е излъчване на живо; ще бъде ли необходима обработка на видеото след това и т.н. Трябва да се предвиди и време за техническо обучение на участниците. Самото съдържание на премиерата също трябва да бъде по-различно: по-кратко, динамично, по възможност с повече визуални допълнения. Основната разлика е, че публиката не е срещу теб и трудно може да се получи разговор със зрителите, които не могат да се превърнат в основен двигател на събитието. Затова е важно да се подготви формат, в който читателите могат да задават въпроси – чрез коментари или предварително изпратени въпроси. Разбира се, плюсьт на онлайн събитията е, че достигат



до повече хора, но и това трябва да се подсигури с по-мощно разгласяване, споделяне през повече платформи – поне фейсбук и ютюб. При премиерите на живо подготвяме най-вече мястото, съдържанието, което да въвлича и гостите, като предвиждаме време за автографи.

— Какво предлагат онлайн премиерите, което традиционните не могат? А обратното?

— Онлайн достигаме до повече хора. Можем да експериментираме, да включваме участници, които са в различни краища на света, да използваме различни формати, за да се получава по-разнообразно съдържание. Ако премиерата е на запис, може да редактираме, което също е плюс. На живо имаме контакт с читателя, публиката се включва и събитието може да бъде изградено около техните въпроси и коментари. Даването на автографи също е много важна част от премиерите на живо. Продажба на книгата в края на премиерата също трябва да се има предвид. Чувството за авторите е много по-различно, когато имат възможност да се срещнат и да си поговорят с всеки един читател. Така се изгражда доста по-силна връзка между тях и събитието е сякаш много по-специално, когато е на живо.

— За съжаление, извънредното положение в България дойде изключително неочаквано. Кои планирани премиери не можаха да се осъществят?

— Всяка есен активно организираме книжни събития. Тази година бяхме предвидили премиери на нови романи от Камелия Кучер, Недялко Славов, Исак Гозес, Неда Антонова, Иван Станков, Ивинела Самуилова. Събитията щяха да бъдат в София, Пловдив, Велико Търново, Русе, Варна и



други градове. През пролетта не се осъществиха премиери на Георги Константинов, Георги Мишев, срещи с автограф, които можехме да направим на Пролетния базар на книгата и на Коледния панаир.

— Когато едно събитие се провежда виртуално, може по-лесно да се следи броят на посетителите. Смятате ли, че онлайн премиерите събират по-голяма аудитория?

— Със сигурност тези събития достигат до повече хора. И преди ситуацията да го наложи, ние излъчвахме на живо всяка премиера в София, за да могат и хората извън града (и дори извън България) да „присъстват“. Забелязваме, че зрителите се увеличават с всяко следващо събитие, хората свикват и чакат тези излъчвания. Започват и по-често да споделят мненията си. Така получаваме обратната връзка, която иначе бихме имали при личния контакт. Все още обаче зрителите не са толкова активни при задаването на въпроси по време на онлайн събитие. Виртуалният зрител по-бързо губи търпение, тъй като има повече разсейващи фактори, така че към нас се появява допълнителното изискване – да направим по-интересно, различно съдържание, за да задържим вниманието.

Най-интересни бяха онлайн премиерите за децата. Бих казала, че в тях беше вложено най-голямо старание към детайла и издателите умело направиха тези премиери атрактивни за малките читатели. Издателство „Рибка“ е първото издателство за детска литература, което се „осмели“ да проведе малко по-нетрадиционни онлайн



премиери. На първата (но, за щастие, не и последната) онлайн премиера на детската книжка „Агент Ванилия в мисия „Горска ягода“ от Катя Антонова – управител и съосновател на „Рибка“, водеща бе малката Ирина – най-младият почитател на поредицата. На премиерата се раздадоха рекламни подаръци и играчки.

Точно девет месеца по-късно „Рибка“ организира нова, още по-нетрадиционна и атрактивна премиера. Книгата също е част от колекцията на Феята Ванилия, но този път се издаде в партньорство с компанията „Д-р Йоткер“. Този избор на спонсор далеч не е случаен. Книгата е озаглавена „Гениалните рецепти за сладкиши на Ванилия“ и съдържа двадесет рецепти за десерти. Премиерата ѝ се състоя на 21 ноември 2020 г. и събра десетки положителни отзиви. Интернет, освен да заличава границите на времето и пространството, дава възможност да се създадат интересни образи. Те са приложими и изключително подходящи точно за събитие за детска книжка. Това направиха организаторите – предложиха на своите най-малки читатели атрактивна анимирана визуализация на любимата им героиня. Видеоматериалите се отличаваша с безкомпромисно внимание към детайла.

Работата на „Рибка“ винаги е представлявала интерес за мен. Имах възможност да проведя кратък разговор на Панаира на книгата през 2019 г. с техен представител и останах с впечатление, че книгите на издателството се правят с много старание и най-вече с любов. През декември 2020 г. успях да поговоря с Калина Христова – управител на книжарница „Рибка“ в София, която, макар от разстояние, с удоволствие ми разказа за онлайн премиерите, организацията им и резултатите.



— Докато следях онлайн премиерите, ми направи впечатление, че екипът на издателска къща „Рибка“ се е мобилизирал най-бързо и всъщност първата премиера в България, проведена онлайн, е на книгата на Катя Антонова „Агент Ванилия в мисия „Горска ягода“. Бързо ли я подготвихте и може ли да откриете разликите между организацията на онлайн и присъствена премиера?

— Организацията на виртуални премиери е в пъти по-лесна, тъй като в интернет всичко се случва само с един клик. Нужни са покани, съвсем елементарно проучване кога и къде е най-добре да се проведе, но е важно да се задържи вниманието от обявяването на премиерата до самото събитие. Аз бих посочила разлика, освен в организацията, и в продажбите след срещата. На присъствените премиери книгите се продават на място, а след виртуално представяне всички зрители се насочват към сайта, от който могат да поръчат. Затова някои поръчки могат да се забавят и клиентите да са недоволни.

— Издателство „Рибка“ и импринтът ѝ „Будлея“ имат много премиери зад гърба си. Може ли да посочите какво точно предлага онлайн премиерата, което присъствената не може?

— Лично аз мисля, че чрез онлайн премиерата не се постига връзката с читателя, която цели едно такова събитие. Няма платформа за разговори, която да замести истинския контакт и диалог с хората. През екраните липсва дискусия. Нашата аудитория винаги е била съставена предимно от деца, а те не могат да усетят магията на героите от книжките през ютюб например. На една



присъствена премиера можеш да видиш как публиката се зарежда емоционално, а когато говориш на камерата тази връзка се губи. Като предимство на онлайн премиерите мога да изтъкна финансовата част, тъй като струват по-малко.

— Няма как да не попитам за бъдещите Ви плановете. Обсъждате ли евентуални нови виртуални премиери и срещи?

— Макар и прекият контакт с читателите ни да е най-чудесното нещо, в тези сложни времена сме насочени изцяло онлайн. Дори да искаме да организираме събитие в зала и пред публика, това би било опасно, затова се очертава всяка предстояща премиера и инициатива в близко бъдеще да бъде в онлайн пространството.

Надяваме се животът в интернет да е временен. Надяваме се съвсем скоро да отпаднат ограниченията, да можем да се прегърнем, свободно да поговорим за книги. Да отидем в книжарницата такава, каквата я познаваме – с пълни рафтове и камари книги, тъкмо пристигнали, очакващи своята подредба. А скоро, надяваме се, ще можем да посетим някое книжно събитие в цялата му прелест.

Надяваме се. Но дотогава можем само да бъдем част от срещите с читателите в интернет.

Санта Стоянова

Панаири от нов вид

Може би за голяма част от хората пандемията от COVID-19 изглежда като ад в реално време. Милиони хора загинаха в борбата с COVID-19, стотици хиляди семейства останаха без работа, икономиката на десетки държави бе разклатена. Но нека видим кризата с един по-позитивен поглед, който показва колко велики са човешките същества, работещи в екип, как алтернативни решения биват измислени, дори когато всички смятат, че в тунела няма светлина. Бяхме принудени дълго време да се затворим между четири стени, но така получихме шанс да обърнем внимание на себе си и на най-близките си хора. Да осъзнаем колко много пропускаме, вгълбени в сивото, натоварено и забързано ежедневие, което сме избрали. Позволихме си да открием нови светове в нас самите, да възродим отдавна забравени интереси и да придобием нови знания и умения. Научихме се да работим в екип. Разбрахме, че няма нищо по-хубаво от това светът да е обединен от една кауза. Осъзнахме, че не сме толкова различни.

Живеещи в епохата на новите технологии, имаме щастливата възможност да преместим голяма част от



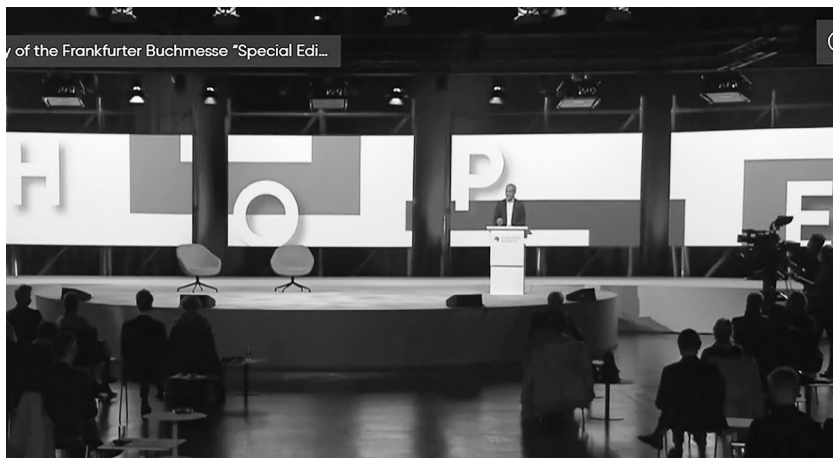
живота ни онлайн. В един момент всичко, което сме били способни да правим навън, стана изцяло достъпно във виртуалното пространство. Театралните постановки, концертите, представленията, образованието, както и редица други занимания се пренесоха изцяло в интернет вселената. Имахме шанса да наблюдаваме иновации в различни сфери, като книгоиздаването не прави изключение. Международните панаири на книгата като най-грандиозните събития, предназначени да съберат читатели и хора от индустрията, са поредното доказателство за това, че когато има желание, има и начин. Те също преминаха към различен формат. Събития, които ежегодно събират на територията си хиляди автори и читатели, тази година бяха проведени, като всеки желаещ можеше да присъства изцяло онлайн. От дивана къщи или от стола в офиса, напук на пандемичната обстановка, организаторите на панаири на книгата по цял свят потърсиха начин да ги проведат, макар и в дигитална среда .

Франкфуртският панаир на книгата

Панаирът на книгата във Франкфурт е най-голямото световно събитие за книги. Преди появата на печатните книги общото търговско изложение във Франкфурт е мястото, където се продават ръкописни книги още през XII век. Въпреки че не е документирана официалната дата на основаване на Франкфуртския панаир, първите официални сведения за него датират от 1462 г. Миналата година организаторите успяха отново да го проведат – този път в онлайн формат, съобразен с трудните обстоятелства, които притискат целия свят.



Специалното онлайн издание премина под мотото „Всички заедно сега!“, а церемонията по откриването бе озаглавена „Сигнал на надеждата“. Целта бе да се изпрати послание за надежда в трудни времена на цялата индустрия и почитателите на литературата. В събитието се включиха огромен брой дигитални изложители, които се възползваха от възможността да представят своите издания пред света. Много издатели и литературни ентусиасти използваха цифровия формат.



Церемонията по откриването на Франкфуртския панаир през 2020 г. преминава под мотото „Сигнали на надеждата“.

Статистиката показва, че 200 хиляди потребители са били регистрирани на официалния сайт, 3644 събития са били проведени по време на фестивала, присъствали са 4440 дигитални изложители от 103 различни държави, били са представени 400 хиляди заглавия.



Отчетени са 1 милион и 500 хиляди кликания на началната страница на сайта на 17 октомври 2020 г. със зрители от 124 държави.

Преодоляване на границите, установяване на контакт от разстояние, представяне на автори и книги въпреки ограниченията за пътуване поради пандемията – това бе целта на онлайн изданието на панаира на книгата, като тя беше постигната по най-добрия възможен начин. В година, в която панаирите на книгите бяха отменени, литературните фестивали и събития бяха прекратени, поради което авторите и художниците загубиха значителна част от доходите си, организаторите на Франкфуртския панаир използваша дигиталното си издание, за да изпратят сигнал, че след бурята, която засегна цялото човечество, пак ще изгрее слънце.¹

Карин Шмид-Фридерихс, председател на Асоциацията на германските книгоиздатели и книготърговци, имаше основание за положителна равносметка:

Това беше специален панаир във всяко отношение. Пропуснахме личните срещи, но успяхме през седмицата да предложим на книгите голяма сцена както в цифров вид, така и чрез медиите. Панаирът на книгите обедини индустрията по нови начини и събужда ентузиазъм за книгите у хората.

В заключително изявление директорът на Франкфуртския панаир Юрген Боос обобщил:

През 2020 г. успяхме да предложим международна програма за професионалисти. Стратегията за сътрудни-

¹ Frankfurter Buchmesse – Special Edition 2020. Buchmesse.de [online]. 2020 [cited 26 November 2020]. Available from: <https://www.buchmesse.de/en/>.



чество с утвърдени медийни партньори и присъствие там, където са нашите целеви групи – на собствените ни платформи или в социалните медии – се оказва ефективна. В същото време всички знаем, че нищо не може да замести личната среща. Научихме обаче много за предстоящите панаири на книги, както по отношение на традиционното им провеждане, така и за дигиталния им вариант.

Вече е в ход подготовката за изданието на панаира през октомври 2021 г., когато организаторите се надяват отново да посрещнат във Франкфурт хиляди изложители и посетители.

Панаирът на книгата в Делхи

Това книгоиздателско събитие е вторият най-стар панаир на книгата в Индия. През октомври 2020 г. се проведе неговото 26-о издание, организирано от Федерацията на индийските издатели и онлайн платформата pragatiE. Въпреки тежката пандемична ситуация организаторите на панаира и през тази година дадоха възможност на любителите на книгите да се включат в онлайн формата на панаира. Първият по рода си „Виртуален панаир на книгите в Делхи 2020“ обедини повече от 205 хиляди потребители само за два дни.² В панаира се включиха над 100 изложители, проведеха се над 20 уебинара. Участваха политически лидери, автори, издатели и читатели от цял свят. В рамките на панаира се проведе и онлайн литературен фестивал, който даде възможност за дискусии по теми, свърза-

² Delhi Book Fair 2020. Federation of Indian Publishers [online]. 2020 [cited 27 November 2020]. Available from: <https://www.fiponline.org/>.



ни с книгоиздателската индустрия, в които се включиха писатели и общественици.

Бук Експо Америка

Дългогодишният търговски панаир на книгата „Бук Експо Америка“ се провежда в различни градове на Съединените щати от 1947 г. През последните няколко години към него се добавя и съпътстващо събитие „Бук Кон“, което е насочено повече към читателската аудитория, отколкото към професионалните издатели. Пандемията обаче доведе до отмяна и на двата форума, при това не само временна, а окончателна.

Директорът на „Бук Експо Америка“ аргументира трудното решение в специално изявление:

Пандемията настъпи в момент от жизнения цикъл на „Бук Експо“ и „Бук Кон“, когато вече обмисляхме реструктурирането на тези две събития, за да отговорим най-добре на нуждите на нашата професионална общност. Това ни накара да вземем трудното решение да оттеглим събитията в сегашните им формати, за да оценим най-добрия начин да продължим напред и да ги възстановим във формати, които по-добре да обслужват книжната индустрията и да достигнат до още повече хора.³

Панаирът на детската книга в Болоня

Панаирът в Болоня е водещо професионално събитие, посветено на детската издателска индустрия. Провежда се

³ BookExpo and BookCon Are No More. Publishers Weekly [online]. 1 December 2020 [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/85023-bookexpo-bookcon-closed/>.



ежегодно от 1963 г. в продължение на четири дни в края на март или началото на април. Това е място за срещи на всички професионалисти, ангажирани със създаването и издаването на детски книги, и се използва главно за покупко-продажба на права както за преводи, така и за производни продукти като филми или анимационни сериали. Панаирът е и събитието, на което се връчват и редица големи награди. През 2020 г. то трябваше да се проведе както през всяка друга година, но за жалост, пандемичната обстановка попречи на плановете на организаторите. Поради пандемията панаирът първоначално бе отложен, а след това официално отменен. В крайна сметка обаче се състоя, като премина изцяло към цифров формат, и за поредна година зарадва хилядите желаещи да станат част от него. Посланието, което отправиха организаторите, беше „Винаги тук“.

Онлайн изданието на панаира привлече повече от 60 виртуални изложители, предимно от страни извън Италия. Събитието отчете 400 хиляди показвания на страници в свързаните с него сайтове.

Новият формат включи изложби, конференции, многобройни церемонии по награждаване и дори рецензии на портфолио на илюстратори, излъчвани по различни канали в социалните медии. Специално за панаира през 2020 г. стартира платформата за договаряне на издателски права Global Rights Exchange, която позволи на специалистите да обменят информация и да организират срещи лице в лице, макар и в онлайн среда. Около 500 издатели се регистрираха в платформата и качиха 20 хиляди заглавия.

Това виртуално изживяване беше изпълнено с много разнообразни събития, едно от които бе 24-часов марафон, наречен „Портфолио за оцеляване на илюстратори“.



те в цял свят“. Международни експерти проведоха видеоконференция с 240 млади илюстратори от цял свят, изпълнили предварителните изисквания за творческо портфолио. Маратонът предполагаше внимателно планиране, тъй като пътуваше от Австралия и се движеше по целия свят, в зависимост от часовите зони, като групираше илюстраторите за едночасова сесия.

Непредвидимият ход на пандемията в началото на 2021 г. накара организаторите на панаира да променят обичайния период за провеждането му и да го насрочат за средата на юни с надежда да се проведе в обичайния формат. През април обаче беше оповестено, че панаирът отново ще има само онлайн издание.

Изместен за лятото е и Лондонският панаир на книгата. Провеждан обичайно през март, през 2021 г. панаирът в британската столица е насрочен за периода 29 юни – 1 юли също в онлайн формат.

Въпреки неочакваните събития големите панаири на книгата търсят начини да се приспособят към пандемичната обстановка. Колкото и успешно да беше онлайн изданието на Франкфуртския панаир от 2020 г., традиционните международни форуми с хиляди изложители и стотици хиляди посетители едва ли лесно ще бъдат заменени от виртуалните им варианти. Натрупаният опит от времето на пандемията обаче със сигурност ще обогати бъдещите панаири с много нови форми на електронно общуване.

Ивелина Цвяткова

Награди под карантина

Пандемията промени много аспекти от живота ни. Наложил ни се да работим от вкъщи, да учим от вкъщи и всичко се случваше на екран, било то компютърен или телевизионен. Но пандемията ни даде шанс да се обърнем отново към света на книгите, за който много хора нямаха време.

Авторите, които създават тази различна вселена, получават признание онлайн за творчеството си. Литературните награди през 2020 г. бяха отменени или връчвани дистанционно, в зависимост от етапа на пандемията.

Нобелова награда за литература

Престижното литературно отличие е сред петте награди, учредени през 1895 г. съгласно завещанието на Алфред Нобел. Връчва се ежегодно на жив новелист или поет, създал творба с висока художествена и етична стойност. През 2020 г. наградата бе обявена на церемония с водещ Мац Малм, секретар на Шведската академия. Церемонията, състояла се на 8 октомври 2020 г. пред малко



на брой журналисти, бе излъчена на живо онлайн. Наградата бе връчена на американската поетеса Луиз Глюк за *нейния недвусмислен поетичен глас, който със строга красота прави индивидуалното съществуване универсално.*¹

Медалите и дипломите на лауреатите да бъдат връчени в тесен кръг в страните им, с помощта на посолствата и университетите – това решение бе взето през юли месец от Фондация „Нобел“. Отменяне на галавечер за награждаване в Стокхолм не се е случвало от 1956 г.

„Букър“

Водещата литературна награда в англоговорящия свят носи признание и читателска аудитория на изключителната художествена литература повече от 50 години. Връчва се ежегодно за най-добрия роман на годината, написан на английски и публикуван в Обединеното кралство или Ирландия.

Макар и по различен начин, наградата бе връчена отново на 19 ноември. За да определят победителя, членовете на журито ѝ е трябвало да прочетат повече от 100 книги за една година. В интервю за вестник „Ню Йорк Таймс“ те разказват как са успели в такова необичайно време.²

Процесът по подбор започнал още през декември 2019 г. След началото на пандемията петимата членове

¹ The Nobel Prize in Literature 2020. The Nobel Prize [online]. [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/2020/bio-bibliography/>.

² Marshall, Alex. How to Judge the Booker Prize in a Pandemic. New York Times [online]. 16 September 2020 [cited 22 November 2020]. Available from: <https://www.nytimes.com/2020/09/16/books/booker-prize-coronavirus-judging-shortlist/>.



на журито се срещали в платформата Zoom. След общата карантина вече не получавали физически копия на книгите, защото нямало кой да ги доставя. Получавали книгите на PDF файлове и им се наложило да четат с часове пред компютърния екран.

Церемонията по връчване на наградата бе отложена за 19 ноември 2020 г. Тя беше излъчена по Радио Би Би Си и в онлайн каналите му, с домакин Джон Уилсън, и включваше речи на Херцогинята на Корнуол, президента Обама и трима бивши носители на наградата „Букър“. Новият лауреат Дъглас Стюарт се появи чрез специален екран, за да получи наградата и да произнесе благодарствена реч.³

„Пулицър“

Наградите се раздават от 1917 г., след като вестникарят Джоузеф Пулицър поискал основаването им в завещанието си. Обичайно носителите на наградите се обявяват тържествено на церемония в престижния Колумбийски университет в Манхатън.

Раздаването им миналата година беше отложено с две седмици заради тежките проблеми на Ню Йорк с пандемията от коронавирус. Дейна Канеди, която администрира наградите, обяви победителите чрез видеозапис от дневната на апартамента си. Победителите бяха обявени на 4 май 2020 г. в категориите художествена литература, обща история, биография, поезия и обща

³ Shuggie Bain wins 2020 Booker Prize. The Book Prizes [online]. [cited 22 November 2020]. Available from: <https://thebookerprizes.com/booker-prize/news/shuggie-bain-wins-2020-booker-prize/>.



научна литература. Сред победителите са „Никеловите момчета“ от Колсън Уайтхед и „Холандската къща“ от Ан Патчет.⁴

„Новая словесность“

Годишната литературна награда „НОС“ (Новая словесность) е основана от Фондация „Михаил Прохоров“, за да открие и подкрепи нови тенденции в съвременната литература на руски език. Наградата е приоритетен проект на Фондацията, който е част от нейната мащабна образователна програма, наречена „Книжен свят“. Финалистите и лауреатите на наградата се определят по време на публичен дебат с участието на членове на журито, експерти, литературни критици и заинтересована общественост. Всеки може да даде своя глас за победителите, след като си направи регистрацията в сайта на академията.

През 2020 г. наградите се движат по предварително определен календар и успяват да спазват датите, въпреки пандемията. На 2 февруари 2021 г. бе обявен и носителят на наградата – Алла Горбонова за сборника разкази „Конец света, моя любов“. Награждаването беше финалната част на дебатите, които бяха излъчвани в официалния ютюб канал на Фондация „Михаил Прохоров“.⁵

⁴ 2020 Pulitzer Prizes, Journalism. Pulitzer [online]. [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.pulitzer.org/prize-winners-by-year/2020/>.

⁵ На дебатах „Здоровый НОС“ определили победителя премии „Новая Словесность“. Новости литературы [online]. 03 February 2021 [cited 11 March 2021] Available from: <https://novostiliteratury.ru/2021/02/novosti/na-debatax-zdorovyy-nos-opredelili-pobeditelya-premii-novaya-slovesnost/>.



„Ханс Кристиан Андерсен“

Наградата на името на големия датски писател е най-високото международно отличие, присъждано на автори и илюстратори на детски книги. Връчвани всяка година от Международния съвет за книги за млади хора, наградите са признание за постиженията на автор и илюстратор, чието цялостно творчество има важен и дълготраен принос за детската литература.

Наградите традиционно се връчват по време на Панаира на детската книга в Болоня. Миналата година те бяха връчени на онлайн изданието му. На 4 май 2020 г. в различни онлайн платформи като ютюб и твитър бе излъчена пресконференцията за обявяването на победителите, водена от президента на журито Джунко Йокота. Наградата „Ханс Кристиан Андерсен“ за 2020 г. отиде при Джаклин Уъдсън от САЩ като автор и Албертин от Швейцария като илюстратор.⁶

Европейска награда за литература

Наградата на Европейския съюз за литература има за цел да насочи вниманието към творчеството и разнообразното богатство на съвременната европейска литература в областта на художествената литература.

На 19 май 2020 г. Мария Габриел, европейският комисар за иновации, изследвания, култура, образование и младеж, обяви носителите на наградата на Европейския

⁶HansChristianAndersenAward2020.InternationalBoardOfBooksForYoungPeople[online]. [cited 29 November 2020]. Available from: <https://www.ibby.org/awards-activities/awards/hans-christian-andersen-awards/hans-christian-andersen-award-2020/>.



съюз за литература за 2020 г. Церемонията по награждаването се проведе на 29 септември в Брюксел онлайн. Лауреатите трябвало да бъдат наградени на Франкфуртския панаир на книгата, но поради пандемията той се проведе в дигитален вариант на 17 октомври 2020 г. и някои от тях бяха част от програмата му. Текстове на победителите са включени в антология, за да могат да получат заслуженото внимание на читателите. Антологията може да се изтегли безплатно от сайта на наградата.⁷

„Гонкур“

Наградата се връчва от едноименната академия, създадена във Франция през 1900 г. по волята на Едмон дьо Гонкур, който следвал желанието на починалия си брат Жул дьо Гонкур. Целта на този литературен кръг е да се определят носителите на наградата за *работа на въображението в проза*. Първата от тях е връчена на 21 декември 1903 г. Тя може да бъде присъдена само веднъж в живота на всеки писател. Нейни носители са Марсел Пруст, Маргьорит Дюрас, Симон дьо Бовоар.

Членовете на академията са десет, съгласно завещанието на братята, и трябва да бъдат измежду най-изтъкнатите писатели на времето си. Лауреатът се избира с гласуване на Академията „Гонкур“ на обяд в парижкия ресторант „Друан“. Награденият роман е най-значителното художествено произведение в проза, написано на

⁷ The European union prize for literature 2020 ceremony goes online. European Booksellers [online]. 11 September 2020 [cited 30 November 2020]. Available from: <https://europeanbooksellers.eu/press/european-union-prize-literature-2020-ceremony-goes-online/>.



френски език за годината, като не е задължително авторът да е французин.

Наградата обичайно се връчва през ноември, но миналата година церемонията бе отложена за известно време като знак на солидарност с петицията с искане френските книжарници да останат отворени по време на националната карантина.⁸

Въпреки отлагането на 30 ноември 2020 г. на видеоконференция в Zoom Ерве Льо Телие, математик и бивш журналист, бе обявен за тазгодишния носител на „Гонкур“ за романа си „Аномалия“.⁹

„Христо Г. Данов“

Наградата се връчва ежегодно от 1999 г. и се оповестява традиционно на Деня на светите братя Кирил и Методий. Тази година награждаването беше отложено за 29 септември 2020 г. поради епидемичната обстановка в страната. Организатор на конкурса е Министерството на културата и Община Пловдив. Журито е съставено от специалисти в областта на книгоиздаването и литературата. Събитието бе част от фестивала „Пловдив чете“ и се проведе на открито в двора на къщата музей „Христо Г. Данов“. Решението кой ще е лауреатът на наградата бе взето няколко часа преди

⁸ Отложиха Наградата „Гонкур“. Българско национално радио [онлайн]. 29 октомври 2020 [видяно 29 ноември 2020]. Достъпно на: <https://bnr.bg/post/101364997/nagrada-gonkur-beshe-otlojena/>.

⁹ Hervé Le Tellier wins Prix Goncourt as France's books world begins to reopen. The Guardian [online]. 30 November 2020 [cited 11 March 2021]. Available from: <https://www.theguardian.com/books/2020/nov/30/herve-le-tellier-wins-prix-goncourt-france-books-world-reopen-l-anomalie/>.



самото събитие. Наградата за цялостен принос бе присъдена на Здравка Ефтимова.

„Бисерче вълшебно“

Наградата за най-добра детска книга „Бисерче вълшебно“ се връчва от 2013 г. и е първата българска награда за новоизлезли детски издания. Журито са децата, които избират любимата си книга чрез гласуване през няколкомесечен период. Основна цел на инициативата е да насърчи четенето и да повиши функционалната грамотност на подрастващите.

Гласуването бе проведено онлайн чрез читателски клубове и чрез формуляри, събрани от учители и библиотекари. Категориите на наградите са според възрастта на младите читатели и носят хубавите имена Откриватели (5 – 7), Нещотърсачи (5 – 16), Мечтатели (11 – 13), Изследователи (8 – 10), Майстори (14 – 16) и Бъдещи читатели с мнение (под 5 години). Награждаването също се състоя онлайн на 23 октомври 2020 г.¹⁰

„Христо Фотев“

Конкурсът за поезия на името на бургаския поет е учреден през 2006 г. и се провежда на всеки две години. Първото му издание е от 2008 г. Организира се от Община Бургас, Министерството на културата, Съюз на българските писатели.

¹⁰ 5108 деца гласуваха за любима книга в наградата „Бисерче вълшебно“ 2020. Бисерче вълшебно [онлайн]. 15 октомври 2020 [видян 24 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.biserche.com/5108-deca-glasuvaha-za-ljubima-kniga-v-nagrada-biserchevalshebno-2020/>.



гарските писатели, Сдружение на българските писатели и Сдружение „Бургаска писателска общност“. Обичайната дата за обявяване на победителите е 25 март – рождения ден на Христо Фотев.

Заради извънредната ситуация в страната обявяването на победителя – Цвета Делчева със стихосбирката ѝ „Отворени възможности“, се състоя на кратка церемония, организирана от Община Бургас. Публиката бе малка, а събитието бе излъчено във фейсбук страницата на Общината.¹¹

„Димитър Димов“

Европейската литературна награда „Димитър Димов“ е нова награда, връчена за първи път в навечерието на 110-ата годишнина от рождението на Димов, която отбелязахме през юни 2019 г. Организаторите на конкурса обявиха финалистите в началото на годината, но изчакаха приключването на извънредното положение. На 22 септември 2020 г. във фейсбук страницата на наградата бе съобщено, че с цел да се запази здравето на петимата финалисти и на екипа, който стои зад организирането на наградата, през 2020 г. няма да бъде излъчен победител.¹²

„Хеликон“

Учредена през 2002 г. от книжарници „Хеликон“, наградата за съвременна българска художествена проза

¹¹ Национален конкурс за поезия „Христо Фотев“. Община Бургас [онлайн]. 21 юни 2020 [видяно 29 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.burgas.bg/bg/info/index/369/>.

¹² Европейска литературна награда „Димитър Димов“ [онлайн]. [видяно 30 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.facebook.com/DDimovAward/>.



си поставя за цел да поощрява творческите постижения на писателите.

Наградата се определя на базата на продажбите в книжарници „Хеликон“. Тази година те останаха дълго време затворени и това предполага недостатъчни данни за честно отсъждане. Екипът на наградата реши церемонията да се състои едва когато бъде отменена извънредната епидемична обстановка в страната.¹³ Въпреки забавянето наградата бе връчена на 16 януари 2021 г. на кратка церемония, състояла се в книжарница „Хеликон“ – Витоша. Журито раздаде грамоти на номинираните 12 автори и връчи бронзовата статуетка на орела – символ на наградата, на новия ѝ носител Иван Станков за книгата му „Имена под снега“.¹⁴

„Перото“

Връчвани от 2005 г., литературните награди „Перото“ са едно от най-авторитетните признания за писатели, поети и преводачи у нас. На малка церемония без публика в НДК на 6 ноември 2020 г. бяха раздадени и тазгодишните награди. Събитието бе излъчвано през страницата на литературен клуб „Перото“ във фейсбук. Белослава Димитрова, Теодора Димова, Деметра Дулева, Цвета Брестничка и Ирина Некит спечелиха литературното отличие в петте основни категории, а Божана Апостолова – за цялостен принос.¹⁵

¹³ „Цветето на Хеликон“ ще разцъфне в по-добри дни. Лира [онлайн]. 23 април 2020 [видяно 1 декември 2020]. Достъпно на: <https://lira.bg/archives/156886/>.

¹⁴ Бенбасат, Алберт. Наградата „Хеликон“ – 2020. Факел [онлайн]. 23 април 2020 [видяно 2 март 2021]. Достъпно на: <https://fakel.bg/наградата-хеликон-2020-г-алберт-бен/>.

¹⁵ Издателката Божана Апостолова с награда „Перото“ за цялостен принос за 2020 година. ArtSofia [онлайн]. 9 ноември 2020 [видяно 1 декември 2020]. Достъпно на: <http://artsofia.bg/bg/events/2020/11/09/izdatelkata-bojana-apostolova-s-nagrada-peroto-za-cjalosten-prinos-za-2020-godina/>.



Пандемията от COVID-19 измени начина, по който се определят, съобщават и връчват литературните награди. „Новото нормално“ навлезе и в литературния свят. За да се опази здравето на автори, критици, издатели и читатели, многолюдните церемонии сигурно още дълго ще бъдат заменени от събития, пренесени в интернет пространството. Това обаче не пречи отличените книги да достигат до своите читатели.



Думите лекуват



Джулия Герзилова

Книголечение

Тревожността и страхът са психични състояния, които се срещат у хората от векове наред. Естествена реакция са при наличието на стрес, безпокойство или някаква заплаха. COVID-19 – непознат досега вирус, свари хората неподготвени и психически нестабилни. Извади ги от зоната им на комфорт и ги накара да спазват правила, които не им харесаха.

За съжаление, според данни на Световната здравна организация финансирането на психичното здраве остава след политическите, икономическите и културните приоритети на страните. Забравя се, че сериозността на проблема тръгва от мозъка ни, от нашите възприятия и настройка към света. Последствията от COVID-19 – загуба на работа, бедност, изолация, смърт, влияят не само физически, но предизвикват и психични разстройства или изострят вече съществуващите заболявания.¹

Къде в цялата тази ситуация са книгите? Могат ли хората чрез тях да открият светлина в така тъмния ту-

¹ Substantial investment needed to avert mental health crisis. World Health Organization [online]. 14 May 2020 [cited 16 November 2020]. Available from: <https://www.who.int/news/item/14-05-2020-substantial-investment-needed-to-avert-mental-health-crisis/>.



нел? Способни ли са книгите да променят човешката нагласа, да повлияят върху психиката и да покажат начин за справяне с трудностите във време на криза? Според информация на Световния икономически форум хората им е по-трудно да четат по време на пандемията, въпреки че имат повече свободно време отпреди.² Причината се крие в тревожността, която затруднява този процес. Мозъкът е зает да води борба със страха, което води до нанасяне на вреда върху психичното здраве. Някои хора обаче, които имат утвърден навик за четене, използват книгите като терапия във време на криза. Учат се от тях и намират спокойствие, тъй като ангажират мозъка си с дейност, която не позволява на страха да надделее.

Срещата ми с Фани Цуракова – психиатър в столичната УМБАЛ „Царица Йоанна – ИСУЛ“ и писател, показва гледната точка на човек, който работи в две сфери, пострадали вследствие на пандемията. Доктор Цуракова описва настъпилата промяна в болницата, посочва книги за справяне с тревога, брачни пререкания, семейни конфликти – все проблеми, които се изострят заради изолацията. Тя също поставя акцент върху произведения, посветени на здравни кризи.

— Как бихте описали COVID-19 като лекар и писател?

— Спокойното време е като слънчогледова нива, само тук-таме някоя съвсем непокорна натура стърчи и нарушава хармонията, всички останали се подравнява-

² Kapur, Manavi. Mental health: Why you could be finding it hard to read during Covid-19. World Economic Forum [online]. 13 July 2020 [cited 20 November 2020]. Available from: <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/reading-covid19-anxiety/>.



ме и браним взаимно от вятър и дъжд, съдействаме си в привличането на насекоми и се боричкаме невидимо за повърхностния поглед, за повече ресурс на вода и храна. Кризата – дали в семейството, в малка или в голяма социална група, вади на показ характери и поведение, които обичайно се долавят само при продължително близко общуване.

Епидемията от COVID-19 също подчерта индивидуалностите. Работя в болница с около хиляда души персонал. Имам шанса да наблюдавам промяната в поведението на хора, които познавам повече от десетилетие, с които съм рамо до рамо поне по осем часа в денонощието. Болницата е интересен за наблюдение организъм. В него спокойствието и рутината са само предвестник на беда. Този организъм е с много живи инстинкти, защото трябва ежеминутно да живее в условия на непредвидимост, а болестта е несигурност, както е всичко биологично. В свят на виртуалност болницата е едно от немногото места на досег с реалността. При това с най-болезненото – живота и смъртта. Тя има сложна йерархия, барометърът на емоциите ѝ се колебае за секунди – от вдигнатите на бюрото крака до струйките пот, които се стичат по гърба на хирурга, от солените закачки до особената смълчаност и изтегленост, бледоватост на лицето, по което с времето се научаваш да разбираш, че някой преживява покрусата от слабостта си пред чуждата смърт – дошла или предстояща.

В дните на епидемията промяната в поведението при едни е предизвестена, при други пък изненадва. Има хора, които съм обезценявала – нещо в маниера им, в говора намирам за недобро, нещо в познанията им куца, а изведъж проявяват храброст. Не ги водят принудата, глу-



постта, кариерата, егоцентризмът, води ги нещо дълбоко в тях, нещо някак самостоятелно извън и над тях. Те напълно естествено и спокойно правят неща, които съдържат риск, каращ други да се отдръпват. Има и ербапи в тихото време, които при опасност млъкват и се спотайват в ъглите на това, което мнозина наричаме храм. Интересни са и хората, които нарушават правилата. Общият им знаменател май е в това, че не за първи път ги улавям да прекрачват обществена договореност. Една част от тях в живота си са използвали едни или други привилегии, били са извън общия старт, извън „общото основание“, както някога се наричаше кандидатстването в университета без специални привилегии. Заученото поведение ги кара да не се нареждат в общата редица и пред природната стихия. Има и хора, които продължават да работят и да изпипват, поне видимо, в пълно спокойствие детайла на работата си. Въпреки че някои от тях занесоха заразата в домовете си и тя погуби близките им.

— Вие сте автор на криминални романи, но мислите ли да вкарате темата за коронавируса в своя бъдеща книга?

— Дали ще използвам наблюденията си от епидемията? Не зная. Но въпросът е повод да си припомним колко много автори са създали значими произведения в такива времена. Най-добрият български роман за мен – „Осъдени души“, би ли могъл да постигне трагизма на сюжета без епидемията от коремен тиф? „Холера“ на Людмил Стоянов – описание на болестта, но и на войната, епидемията на човешката агресия. „Цветният воал“ от Съмърсет Моъм, един от големите изследователи на човеш-



кото поведение, на страстите, на подмолните течения в лекарския дълг. „Дъжд“ от същия автор. Аксел Мунте с трагизма на епидемията от чума в Рим. Нобеловият лауреат Габриел Гарсия Маркес – „Любов по време на холера“. Даниел Дефо с описанието си на чумната епидемия, погубила една четвърт на лондонското население през 1665 – 1666 г. Това са автори, които са наблюдавали епидемии. Не по-малко интересни са и редовете на писатели, които не са били свидетели, а предвиждат. Някога набра популярност „Щамът Андромеда“ на Майкъл Крайтън. Сега чета за предвижданията на Дийн Кунц в „Очите на тъмнината“ от 1981 г. и на Даниел Оуберг във „Вирус“.

Всъщност дали ще се говори за епидемии, причинени от един или друг микроорганизъм, или за техника, за биологични феномени, има автори, които успяват да надникнат в бъдещето. Те, често обезценяващо, са нареждани от критиците в категорията „фантасти“. Учебнически е примерът с Жул Верн и неговите „Капитан Немо“ – с описание на подводница, и „От Земята до Луната“, написана 104 години преди човешкият крак да докосне повърхността на Луната.

Понякога перото на талантлив автор описва и медицинско явление, далеч преди то да прикове вниманието на лекари и изследователи. Такъв е примерът с „Алиса в страната на чудесата“. Вероятно Луис Карол – математикът, автор на „Алиса“, е имал мигрена и е преживявал състояния, при които предметите стават много малки или много големи, променят формата си. И притеснителният, заекващ преподавател в колежа Крайст Чърч в Оксфорд, е съчинил история, базирана на собствената му болест, с която е забавлявал една от дъщерите на декана на колежа – Алиса.



Деветдесет години по-късно лекарят Джон Тод, също работещ в Оксфорд, описва промяната в големината на вижданите предмети при пациент с тумор в мозъка. Самият той го нарича „Синдром на Алиса в страната на чудесата“ и всички усилия на колегите му да го наложат като „Синдром на Тод“ остават безплодни. Днес той е известен като „Синдром на Алиса“. Едва в последните около две десетилетия този синдром предизвика истински медицински интерес и сега научните публикации върху него се множат. Та така, случва се литературата да изпреварва със столетия науката.

Историята с Луис Карол ни подсказва и друго – болестта не само отнема, тя може да даде, било то и литература.

— Като психиатър и писател използвате ли книголечението?

— Книготерапията е стар клон на психотерапията, който аз и много от моите колеги практикуваме.

При тревожни личности, които вечер имат необходимост да се освободят от станалото през деня, наистина горещо препоръчвам Сър Пелам Гренвил Удхаус. Рецептата е няколко страници преди сън. Удхаус е плодовит автор, немногочислените герои, гениалните сюжети, построени с ирония по тертипа на криминалните романи, умението да заплита и разплита възли ни позволяват да се вмъкнем с няколко страници и по средата на книгата. Удхаус ни привлича със ситуативния хумор, но съществено е, че той много елегантно обезценява човешките възмущения, вплита ни в света на голямото, използвайки,



практически на всяка страница, сравнения с животни и растения. Удхаус е прекрасен хап за безметежен сън.

При брачни пререкания, които се коренят в изненадата ни към другия пол, често препоръчвам „Дневниците на Адам и Ева“ на Марк Твен.

При хора, които имат по-дълбоки конфликти в семейството си, не могат да проправят път на агресивни тенденции, а искат да го сторят, често говоря за Фьодор Достоевски, за задължителните за всеки, който има претенцията да е с добро образование – „Братя Карамазови“ и „Престъпление и наказание“. Приема се, че романите на Достоевски имат силата на автопсихологическия анализ. Джон Стайнбек с „На изток от рая“ и Херман Хесе са автори, които поднасят разговор за значими екзистенциални проблеми. Те дават размисъл, който се интернализира, става част от душата, която има нагласа да ги приеме. Романите им не са готови рецепти като литературата, която напомня на бързото хранене – „Как да станеш богат“, „Как да не те напускат“, „Как да си млад“ и пр. Екзистенциалните романи предизвикват осмисляне, не са мол, в който купуваш нещо и всичко е наред. Книги, но вече научна популяризация, които подреждат света, са „Енциклопедия на почти всичко“ на Бил Брайсън и „Пътеводител в Библията“ на Айзък Азимов. Разбира се, за да осмислим света около нас, трябва да се чете и препрочита Ерих Фром – „Анатомия на човешката деструктивност“, „Да имаш или да бъдеш“. Поколението, израснало след социалистическия период на страната ни, няма имунитета от родителите си, живели при друга политическа и икономическа среда, няма техния опит. Ерих Фром е мъдрецът, който може да даде насоки.



В домашната ни аптечка от поколения винаги е на разположение и родният Чудомир.

— Възможно ли е книгата да бъде отдушник във време на криза?

— Не зная дали отговарям точно, но ми се ще да кажа, че нерядко се изненадвам от отговорите на въпроса, който често задавам на близки, колеги, пациенти: *Четете ли? Какво четете?* Има хора, достигнали върхове в тясно познание, които не четат нищо извън специализираната литература. Има хора, които изненадват с широката си култура и с жаждата си да я попълват. Има хора, които, убеден си, през живота си не са прочели и един буквар, а се оказва, че четат, четат всичко, до което могат да имат достъп. Един майстор, който спи във влажно мазе, търсейки препитание в големия град, може да ви засрами с цитати на големи автори. Една жена, която отговаря за машината за горене на опасни отпадъци, чете, чете всичко. Там, в мизерната пристройчица, а и в още по-мизерния неин дом. И предизвиква дълбокия ми респект всеки път, когато се разминаваме и тя бута количка, препълнена с чували с болнични отпадъци. За тези хора трябва да отстояваме публичните библиотеки и достъпа до образование.

Фани Цуракова сподели, че е на път да приключи книга с пътеписи, по която работи от дълго време. Заглавието ѝ е „Излет в спомена“. Върви по стъпките на Том Канти, Вуцидей, на Пинокио и Фитилчо, Ромео и Жулиета, романите „Властелинът на пръстените“, „Граф Монте Кристо“...



Книгите са способни да измъкнат човек от кризата – била тя емоционална или финансова. От значение е какво, как и в какъв момент четеш, защото правилните думи имат лечебна сила. Здравеопазването и книгоиздаването са сфери, изградени от себераздаващи се хора, които лекуват обществото не само във време на пандемия.

Ивлин Колева

Виртуалното книжно общество

В създалата се неочаквана ситуация, породена от вируса COVID-19, ежедневието ни се промени драстично. Мащабното разпространение на болестта се отрази върху всеки аспект на всекидневието ни.

Пандемията се отрази и върху книгоиздателския бизнес, но не само в негативен план. В следващите редове ще ви запозная с мненията за необичайната ситуация в книгоиздаването на хора, които са превърнали любовта си към книгите в нещо повече. Ще ви представя гледната точка на няколко представители на виртуалното книжно общество на буктюбърите и букстаграмърите.

Буктюб

Ютюб е интернет платформа, създадена като независим сайт през 2005 г. и придобита от „Гугъл“ през 2006 г.

Ютюб може да бъде бизнес възможност за създателите на дадено съдържание, чиито клипове успяват да достигнат повече зрители. По този начин ютюбърите могат да започнат да получават приходи, които се увеличават паралелно с разрастването на ютюб канала.



Въпреки че липсва точно определено време на създаване, буктюб общността стартира около 2010 г., като през последните години нараства значително и обединява множество ютюбъри, които правят видеоклипове, пряко свързани с книгите. Видеата могат да бъдат различни видове, като има голямо разнообразие: могат например да представляват ревюта на книги, в които буктюбърите споделят своите впечатления, книжни турове, при които представят подробно библиотеката си и нейното съдържание, дискусии с други буктюбъри, обобщаващи клипове, в които са изброени книгите, прочетени от буктюбъра за определен период, интервюта с автори, покупки на книги или премахване на вече закупени от личната колекция на читателя. В България буктюбърството не е широко разпространено, но се разраства и все повече книголюбители се насочват към тази платформа.

Букстаграм

Инстаграм е онлайн мобилна социална мрежа, която служи за споделяне на снимки и кратки видеа, създадена през 2010 г. Букстаграм е общност от хора, които публикуват снимки на книги, предмети или ситуации, свързани с книжния свят. Това, което прави букстаграм уникален, са снимките, които са истински произведения на изкуството.

В началото е било достатъчно просто да се заснеме корицата на книгата, но вече присъстват и много други елементи. Често срещано допълнение е чаша чай или кафе, което придава уют на атмосферата. Букстаграмърите са хора, чиито акаунти са посветени на книгите и имат своя



собствена естетика, която ги отличава от останалите. Характерната отлика, която прави стила им разпознаваем, може да е цвятова гама, специфични детайли или пък жанровите предпочитания, които споделят с последователите си. Все повече такива профили се създават и в България, което подпомага популяризирането на книгите и четенето.

Книжното общество в социалните медии

Анастасия Дилова е студентка по българска филология във втори курс в Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Тя е страстна почитателка на книгите и мечтае един ден да е в издателския бизнес. Нейният букстаграм е *@anniereadsbooks*.

Мартин Колибаров изучава бизнес информатика, а книгите също са неговата страст. През 2016 г. се сдобива с първия си професионален фотоапарат и силно започва да се вълнува от фотография. След като случайно попада на български профил за книги, се вдъхновява и решава да съедини двете си страсти. Така създава своята инстаграм страница – *@justmybookstagram*.

Нора Георгиева започва своя букстаграм акаунт *@magicalxpages* през 2015 г. Първоначално профилът ѝ е личен, след което се разраства в страница, посветена единствено на книжния свят. Желанието ѝ е някой ден да отвори собствена книжарница или да работи в библиотека.

Антон Биров е журналист, а Темз Арабаджиева работи като специалист по връзки с обществеността. Запознават се вследствие на общата им работа, свързана с книгите. Първоначално всеки има самостоятелен блог: Антон –



„Блогът на Бирето“, Темз – „Книжно: На по книга, две“. По-късно, през 2017 г., решават да пренесат книжните си блогове в общия си ютюб канал „С книги под завивките“.

Александър Григоров е графичен дизайнер, писател и ревностен читател, който подхожда с много креативност към своя букстаграм *@thefinalchapterat3.am*. Това е вторият му създаден профил през 2019 г., тъй като първият е разбит и изтрит, но страстта му към книгите и дизайна, както и подкрепата от близките му, го убеждават да започне наново.

Христина Спасова е завършила специалност „Журналистика“ в Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Книгите са част от нея още от ранна детска възраст. През 2017 г. създава както книжния си блог, така и букстаграма си – *@hrisilandia*, с цел да събуди любовта към книгите на колкото може повече хора.

Въпреки общата им любов към книгите тези представители на книжното общество имат индивидуални виждания относно пандемията и влиянието, което тя оказва пряко на читателите и книгоиздателския свят. Имах възможността да „надникна зад корицата“ на тези личности, към които се обърнах с няколко въпроса.

Как Ви се отрази пандемичната ситуация в началото и повлия ли на отношението Ви към книгите?

Анастасия Дилова сподели, че в началото на пандемията си е представяла, че по цял ден ще лежи и ще чете. За съжаление, това не се е случило заради онлайн обучението, а и е намирала самата обстановка за доста потискаща. Времето ѝ било ограничено и желанието ѝ да чете на-



маляло, което не е било присъщо за нея, но не спряла да си купува книги онлайн почти всеки месец.

Началото на пандемията се е отразило положително на Мартин Колибаров, тъй като му е осигурило нужната почивка. *Не смятах, че ситуацията ще се усложни толкова, нито пък, че ще продължи толкова дълго*, споделя той. Възползвал се е от престоя в дома си, отдавайки времето си на четене, като успял да навакса с книги, които дълго отлагал да започне.

Различно възприела ситуацията Нора Георгиева. В началото обстановката ѝ е била изключително неприятна, но я подтикнала да чете повече. Също както Мартин, се възползвала от предоставеното свободно време и се насочила към откриване на нови книжни светове.

Антон и Темз споделиха, че хаосът и несигурността, които обзеха целия свят след настъпването на COVID-19, са оказали влияние и върху тях самите. Напрежението, неяснотата за предстоящото и усещането, че ако се отделиш от комуникационните канали – телевизия, социални мрежи, интернет, непременно ще изпуснеш информация, която е жизненоважна, им повлияло негативно и попречило на желанието им да се усамотят с книга в ръка.

Епидемичната обстановка не се отразила добре и на Александър Григоров. Той призна, че депресивните му състояния се засилили, защото е бил изолиран сам в дома си. Не било никак леко да превъзмогне обстоятелствата. Книгите за него се превърнали в бягство от реалността и сигурно убежище, затова посветил по-голямата част от времето си на четенето. Със същото възприятие за книгите е и Христина Спасова, която ги вижда като начин да се откъсне от истинския свят.



Как се сдобивахте с нови книги след падането на карантинните мерки – чрез онлайн пазаруване или от книжарници?

Анастасия каза, че избягвала да посещава книжарниците, макар да ги предпочита, защото се е стремяла да спазва дистанция. Съумяла да се възползва от намаленията, които различните издателства предоставиха на своите клиенти при онлайн покупки.

Инстаграм акаунтът на Мартин е причината рядко да си е купувал книги и преди, и по време на извънредната обстановка. Заради широката му аудитория, издателствата се свързвали с него и сами предлагали новите си заглавия. Когато обаче решавал да си купи дадена книга сам, я поръчвал онлайн, тъй като го е намирал за по-удобно.

За Нора пандемията не е променила начина, по който се сдобива с книги, защото тя винаги е пазарувала онлайн, тъй като в града, в който живее, няма книжарница.

След преустановяването на ограниченията Антон и Темз отново набавят книгите си по обичайния за тях начин – чрез посещение на физически обекти.

Онлайн пазаруването е било изборът и на Александър да се сдобива с предпочитаната от него литература по време на карантината, като той посочи, че е пазарувал най-често от сайта ozone.bg и е набавил много нови книги към своята колекция.

Христина сподели, че е от хората, които обичат да се разхождат до книжарниците. Понякога без конкретна цел, друг път с предварително определен списък, а в трети случаи прави импулсивни покупки, водена от читателска интуиция. След налагането на мерките ѝ



било трудно да приеме, че тези така наречени разходки са временно преустановени:

В началото използвах времето, за да отметна някои заглавия от купчината с непрочетени книги вкъщи (всеки книгохолик си има такава), а после минах на онлайн пазаруване от сайтовете на издателства. В деня, в който книжарниците бяха отворени отново, аз бях там. В крайна сметка, щом можем да ходим до хранителните магазини да пазаруваме, не виждам защо да не можем да си купим и храна за душата.

Повече или по-малко време за четене отделяте след настъпването на пандемията?

Анастасия твърди, че започнала да чете по-малко заради собствената си заетост с ново за нея занимание – рисуване на предпазни маски. Този бизнес бил породен от пандемичната ситуация, така че в случая е причината за ограничаване на времето, което букстаграмърката влагала в четене.

Заради изолацията Мартин прекарвал голяма част от ежедневието си вкъщи и така се съсредоточил още повече върху книгите. Нора също сподели, че изпитвала нужда да се изолира от заобикалящата я среда и най-ефикасният начин бил да се потопи в приятно четиво. Това е довело до по-интензивното четене след въвеждането на противоепидемичните мерки.

Антон и Темз признават, че са чели по-малко и са избирали по-внимателно заглавията, на които да обърнат внимание, докато Александър е отделил мно-



го повече време за четене при обявяването на първата изолация през пролетта на 2020 г. След падането на мерките се върнал към нормалния си режим.

Времето, което Христина е отделяла за четене, останало същото и след навлизането на вируса, но четяла по-бавно, защото ѝ било трудно да се концентрира заради стреса от цялата обстановка.

Промениха ли се жанровете Ви предпочитания под влияние на пандемичната ситуация?

Анастасия смята, че е успяла да обогати литературните си предпочитания, като е запазила и тези, които имала преди пандемията. Насочила вниманието си и към класическата литература, която преди не харесвала, но мнението ѝ се е променило.

Мартин не би казал, че има промяна в литературния му вкус, но признава, че е дал шанс и на други жанрове, освен тези, които предпочита – фентъзи, фантастика и хорър. Нора пък сподели, че е изпитала желание да започне да чете исторически романи и научна фантастика, но фентъзи, приключенските и романтичните книги остават приоритетното ѝ четиво.

Със затварянето на страната на 13 март 2020 г. изведнъж уютът на вече прочетените и любими заглавия стана предпочитан. Много повече ни се искаше да препрочитаме, отколкото да експериментираме с нови заглавия – споделиха Антон и Темз.

Александър не мисли, че вкусът му се е променил, но е наблегнал на психологическа литература, тъй



като мислел, че това му е помагало да преживее по-спокойно новосъздалата се обстановка.

За Христина промяна не е имало, защото тя винаги е чела книги от най-различни жанрове и избира конкретното четиво според моментното си настроение.

Виждате ли книгите като средство за понижаване на стреса, причинен от драстичната промяната в ежедневието на хората?

Категорично е твърдението на Анастасия, че преди пандемията, по време на пандемията и след нея книгите са били, са и ще бъдат едно от най-ефективните средства за уталожване на стреса. Това мнение споделя и Мартин, който откривал в книгите спасение от всички стрес и негативизъм, с който се сблъсквал ежедневно. Нора също смята, че четенето би помогнало на всеки, който иска да се почувства по-добре.

Мнението на Антон и Темз е, че лекарството за преодоляване на стреса е строго индивидуално. Виждат книгите като опора, но не във всяка ситуация.

За Александър книгите винаги са били средство за откъсване от ежедневието и са го предразполагали да се отърси от натоварването. Той сподели, че никога не е спирал да ги вижда като начин за релаксиране. Христина също посочи, че книготерапията е изключително ефективна в периода на пандемията и не само. Според нея завладяващите и добре написани истории определено имат силата да откъснат човек от мрачните му мисли.



Как се отрази според Вас пандемията на книгоиздателския бизнес? Кое се разви по-добре и кое беше оцетено?

Анастасия се определя като човек, който се интересува от книгоиздателския бизнес. Поставила си е за своя цел да наблюдава промените, които засягат книжния пазар. Според нея в началото, когато много от издателствата обявиха намаления, са успели да привлекат нови клиенти, защото хората са по-склонни да се увлекат в пазаруване на книги онлайн и да подминават книжарниците: *Нямам кой знае какво обяснение, но някак така го усещам и по себе си – повече пълня кошницата по сайтовете.* Предполага, че всички, работещи в книгоиздаването, са имали повече свободно време заради отпадането на часовете, които са прекарвали навън в ежедневието си. Това я навежда на мисълта, че така са направили работата си по-продуктивна и че „домашният офис“ може да им се е отразил благополучно.

Мартин не смята, че пандемията се е отразила особено много на книгоиздателския бизнес:

Макар и с леко забавяне, нови заглавия се издаваха, а издателите не спираха да изпращат новите си книги на хората като мен, които рекламират последните заглавия в социалните мрежи.

Наблюденията на Нора са, че доста книги, планирани за издаване, са били отложени. Също силно впечатление ѝ направило кампанията „За да я има книгата“, която според нея била прекрасен начин читателите да подпомогнат книгоиздателския бизнес. Инициативата представлява обединение на всички хора, работещи в книгоизда-



телския бранш, с призив към читателите в цялата страна. Целта е обществото да положи усилия за спасяването на книгата като ценност и национално богатство. Кампанията започна в Деня на детската книга и само за няколко дни беше споделена от стотици автори, читатели и любители на литературата, като така даде стимул на онлайн продажбите на различни издателства и книготърговски фирми.

Според Антон и Темз книгоиздателският бранш е консервативен. Смятат, че от една страна, пандемията е нанесла непоправими щети на един процес на възстановяване и възраждане, който стартирал преди десетина години, а именно, че е станало модерно да се чете. Книжарниците затворили и стотици книжари и консултанти останали без сигурен доход. От друга страна, мислят, че тази катастрофа има и позитиви – хората от книгоиздателския свят са изтръгнати от унеса и са принудени да ускорят работното си темпо. Много от тях са осъзнали, че без развитие на собствена онлайн платформа прогресът им остава в застой.

Пандемията със сигурност е повлияла на издателския бизнес, убеден е Александър. Според него хората от бранша са се справили доста добре със създалата се ситуация и голяма част от обществото е посягала по-често към книгите по време на изолацията и това е спечелило на книжния бизнес нови привърженици.

Христина изтъква, че книгоиздателският бизнес е бил също толкова засегнат, колкото много други браншове, които алармираха и потърсиха подкрепа. Затварянето на книжарниците е отнело възможността на много издателства да продават книгите си. Това според нея е довело до солидни загуби, а липсата на приходи пък е минимизира-



ла инвестициите в предстоящи заглавия и в условията на толкова малък и конкурентен пазар, това определено е било огромен негатив. Напомня, че и самите читатели са разполагали с още по-ограничен бюджет за книги и че на много издателства се е наложило да променят плановете си и да се адаптират към ситуацията. Един от малкото позитиви в ситуацията, спрямо казаното от Христина, е намаляването на ДДС на книгите от 20% на 9%, за което издателите са настоявали години наред.

Какви са Вашите съвети и идеи за подпомагане на книгоиздателския бизнес в пандемичната ситуация от страна на читателите и на търговците?

Анастасия смята за добър подход издателствата да предоставят на клиентите си книжни намаления, защото хората са по-склонни да пълнят кошниците с книги в обстановката, която ги задължава да стоят по домовете си. Твърди, че тя като читател не може да устои на книги с намалена цена, дори процентът да е минимален.

Според Мартин книгоиздателския бранш се е справил чудесно с непредвидената ситуация. При навлизането на пандемията голяма част от издателствата са направили промоции на книгите си, което ги е спасило от евентуален фалит, и мисли, че по-ниските цени са мотивирали хората да купуват повече и съответно да четат повече.

Нора твърди, че издателите трябва да се вслушват в желанията на читателите. Тя смята, че има доста книги, които биха били с огромен успех на българския пазар – желани и дълго чакани, или дори неизвестни, ще предизвикат голям интерес. По този начин според нея издателите ще направят добро за своите клиенти, а читателите,



от своя страна, ще им се отблагодарят като купуват, прочитат и рекламират дадените книги, за да добият по-голям успех в България. Тя мисли, че чрез този метод търговците и потребителите ще си помогнат взаимно.

Вижданията на Антон и Темз са, че читателят и търговецът имат задължението да подпомагат бранша не само по време на пандемия. Призивите за „спасение“ на книгата им се струват като нож с две остриета, тъй като 2020 г. не е била лесна за никого и според тях взаимното споделяне, изслушване и разбиране са от голямо значение. Те твърдят, че читателите сякаш са очаквали и настоявали за още по-големи намаления, а в същото време издателите са били поставени в една патова ситуация, в която е трябвало да оцеляват между търговските отстъпки, промоционалните цени и собственото си задържане на пазара.

Преценката на Александър е, че издателите трябва да продължават да пускат нови заглавия на пазара, особено такива, които са леки и приятни за четене, за да може читателите да се откъснат по този начин от целия COVID-19 ужас. Той сподели, че се е възползвал максимално от промоциите, които са били пуснати по време на първата изолация и посочи, че си е купил цяла поредица от тринадесет книги на издателство „Ориндж“, когато е имало намаление.

Христина мисли, че книгоиздаването се нуждае от повече публичност и че е трябвало да се окаже повече помощ на библиотеките. Тя не вижда причина книжарниците в големите търговски центрове да бъдат затворени, при положение че в много страни по време на локдаун книжарниците са останали отворени редом с аптеките и хранителните магазини. Отбелязва, че най-голямото



книжно събитие в България – традиционният Коледен панаир на книгата в НДК, е бил отменен, и макар издателите да са се преориентирали онлайн, е останало онова неприятно чувство, че пандемията е отнела на читателите още едно нещо: *Остава ни единствено да се надяваме, че догодина ще сме оставили този кошмар зад гърба си.*

Както се вижда, има различия в мненията. На един от въпросите всички споделят една и съща гледна точка – книгата носи утеха. Независимо от пандемията читателите винаги са виждали литературата като опора и шанс да се измъкнат от ежедневния стрес. Особено във времена като тези, книгите се превръщат в ценен билет към една друга реалност и ни позволяват да пътуваме из страниците на безброй светове, да живеем животи, различни от нашия собствен, и да се скрием от света между кориците, макар и за кратко. Читателите и хората от книгоиздателския бизнес полагат общи усилия за опазването на това единствено по рода си богатство и когато на книгата ѝ се наложи да се сблъска с подобни прекеждия в бъдеще, тя да има опората, която по принцип предоставя на нас.

Вероника Георгиева

КНИГИТЕ, КОИТО ВИРУСЪТ НИ ВЪРНА

Главният герой на 2020 г. донесе със себе си множество промени, когато официално се настани в света ни през месец март. Но докато вирусните частици се разпространяваха навън, а нарастващият страх се разпространяваше вътре, умовете на читателите по цял свят бяха заразени с... любопитство.

С апокалиптичното богатство на литературата беше трудно да се устои на порива за сравнения на всички онези книги, създадени от идеята за смъртоносен вирус, с реалността ни. Тя все пак се превръщаше именно в сюжета на подобно художествено произведение.

Вирусът COVID-19 се намеси в разговорите за книги и насочи прожекторите към класики, които всички вече познавахме, но светлината беше малко по-различна.

Не, коронавирусът не е като „Сблъсък“. Изобщо не е толкова сериозно. Преодолимо е. Успокойте се и вземете нужните мерки!



Това изявление направи Кралят на ужаса Стивън Кинг в твитър през началото на март 2020 г., успокоявайки множеството хора, които сравняваха ситуацията в света с тази в книгата му „Сблъсък“, издадена през 1978 г. Разказващ историята за смъртоносен грип, който за няколко седмици почти унищожава човечеството, романът стана по-страшен след началото на пандемията. Читателските кръгове в социалните медии се даваха в коментари за всякакви теории относно вирусите. Сравняваха реалността с измислицата, поставяйки под въпрос размерите на опасността от COVID-19. Така че не беше изненадващо, когато издателите обявиха нарастване на продажбите на „Сблъсък“ с цели 163% на печатното издание и с 58% на електронното.¹

Правопропорционалната обвързаност между страха от вируса и интереса към апокалиптични книги не можеше да се пренебрегне.

Изведнъж всяко издание, което, по един или друг начин, съдържаше в себе си идеята за вирус, набра огромна популярност по цял свят. Независимо дали ставаше въпрос за документална литература, свързана с болести, за любовна или драматична история, развиваща се по време на опасна зараза, или за произведения в жанровете на ужаса или фантастиката, в които светът свършва...

Фактите сочат, че хората обсъждаха и четяха всичко, свързано с пандемията. Често дори само заглавия, съдържащи думи, асоциирани с вируса, бяха достатъчни, за да привлекат внимание.

¹ 70 г. по-късно: „Чумата“ на Камю бестселър заради коронавируса. Площад Славейков [онлайн]. 6 март 2020 [видяно 26 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.ploshtheadslaveikov.com/70-g-po-kasno-chumata-na-kamyu-bestselar-zaradi-koronavirusa/>.



Едва няколко седмици след началото на пандемията в почти всеки сайт, свързан с книги, се откриваше поне една статия със съвети и препоръки, озаглавена подобно на „Ето какво да четете, докато сте под карантина“. Това най-често представляваха списъци с книги на тази тематика, а в коментарите под самите статии се намираха много допълнения към тях – читателите, заинтригувани от материала, добавяха собствените си любими книги за пандемии и вируси. Мнозина споделяха, че заради карантината са препрочели старите си екземпляри, което още по-ясно доказваше интереса по темата.

„Ню Йорк Таймс“ публикува статии и за научна, и за художествена литература, посветена на пандемии, но фокусът сякаш беше основно върху апокалиптичните романи.

В статията „Четива за времето на карантина“ се препоръчват книги като „Щамът „Андромеда“ (1969 г.) на Майкъл Крайтън – история за *смъртоносен извънземен микроорганизъм, заплашващ да унищожи човешката раса*; поредицата „Проходът“ (2009 – 2016 г.) на Джъстин Кронин, чиято анотация включва думи като *хаос* и *изтребление*; „Z-та световна война“ (2006 г.) от Макс Брукс, в чийто сюжет са включени зомбита.²

Статията съдържа съвет за хората, при които страхът беше в повече, да се потопят в история за нереално унищожение на измислен свят. Идеята е, че при прочита на възможно най-страшната ситуация – човешкото изтребление – читателят ще осъзнае колко по-различна е нашата реалност от тази в книжния свят, което би трябвало да доведе до известно успокоение.

² Your Quarantine Reader. The New York Times [online]. 12 March 2020 [cited 26 November 2020]. Available from: <https://www.nytimes.com/2020/03/12/books/coronavirus-reading.html/>.



В „Уолстрийт Джърнъл“ също могат да се намерят подобни статии. „Читатели наблягат на книги за пандемии (наистина)“ е списък с някои книги, които отново се сдобиха със световна популярност. Прави впечатление, че гамата от често коментирани и четени произведения през миналата година е доста широка.³ Простира се от класики като „Последният човек“ (1826 г.) от Мери Шели, обрисувала Земята, съсипана от смъртоносен вирус, чак до книги, издадени само преди няколко години, като „Станция единайсет“ (2014 г.) на Емили Сейнт Джон Мандел – отново история за сриването на цивилизацията.

В същата статия дори се споменава социално проучване от Марги Кер, което обяснява тенденцията на хората да четат нещо, което може да ги уплаши, използвайки точно идеята за търсене на успокоение в екстремни, но измислени сюжети.

Все едно се упражняваме в това да ни е страх, казва Кер.

От предаването „Денят започва с култура“ на БНТ коментират: *Като че ли имаме нужда да се подсецаме, че има и много по-страшни времена*, подкрепяйки същата идея.⁴

Въпреки това тя е оспорвана от няколко страни – и български, и чуждестранни мнения се чува по въпроса. Терапевти твърдят, че невинаги апокалиптични истории могат да имат положителен ефект върху притеснения или уплашен ум. Всъщност се появиха и контрастиращи

³ Gartner, E. Readers Binge On Books About Pandemics (Really). WJS [online]. 11 March 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://www.wsj.com/articles/readers-are-bingeing-books-about-pandemics-really-11583944988/>.

⁴ Какво четем по време на карантина? Българска национална телевизия [онлайн]. 16 април 2020 [видяно 28 ноември 2020]. Достъпно на: <https://bnt.bg/bg/a/kakvo-chetem-po-vreme-na-karantina/>.



съвети – читателите е най-добре да не се отклоняват от обичайния си вкус, за да има възможност познатото да им донесе комфорт, или ако посягат към нови жанрове, това да бъдат книги за взаимопомощ и ментално здраве.

Но независимо от съветите, интересът към това, което ни плаши, беше сякаш безграничен и това се отрази както в статистики и класации, поставящи пандемичните истории на върха, така и в новите разговори за стари книги.

В списъка за 10-те най-продавани книги на книжарници „Хеликон“ през седмицата 16 – 22 март 2020 г. се появиха за първи път от доста време „Любов по време на холера“ (издание от 2016 г.) и „Сто години самота“ (издание от 2018 г.) от Габриел Гарсия Маркес, като заеха съответно 1-во и 6-о място в класацията и не излязоха от нея през следващите няколко седмици.⁵

„Сто години самота“ дори зае 22-ро, а „Любов по време на холера“ – 24-то място в класацията на „Хеликон“ за 50-те най-продавани художествени книги през първата половина на 2020 г.⁶

Темата за чумата е по-слабо засегната в „Сто години самота“, но въпреки това през седмиците, когато епидемията от COVID-19 се превърна в пандемия, интересът към тези книги се завърна.

„Декамерон“ е друго произведение, което привлече внимание през 2020 г. и дори оглави класацията на „Амазон“ за бестселъри от италианската литература.

⁵ Голев, Иван. Топ 10 на „Хеликон“ за най-продавани книги (16 март – 22 март). Лира [онлайн]. 23 март 2020 [видяно 25 ноември 2020]. Достъпно на: <https://lira.bg/archives/155910/>.

⁶ Проданов, Красимир. 50-те най-продавани художествени книги за първото полугодие на 2020-а. Лира [онлайн]. 7 юни 2020 [видяно 25 ноември 2020]. Достъпно на: <https://lira.bg/archives/158258/>.



Би Ти Ви отразиха завишения интерес към книгата, имайки предвид подобната ситуация на хората по време на изолация: *Книгата на Джовани Бокачо е сред най-купуваните в сайтове за стари книги.*⁷

Сборникът, вдъхновен от чумата през XIV век, който разказва за хора, търсеци бягство от епидемията чрез истории, за съжаление, беше изключително близо до съвременния читател. Завърналата се популярност на „Декамерон“ изобщо не е изненадваща особено след проекта „Декамерон: 29 нови истории от пандемията“ с разкази, избрани от „Ню Йорк Таймс“, и българския проект „Декамерон 2020“.

Коментирани в Дарик Радио, „Дневник“ и „Площад Славейков“, в социални мрежи, в известното предаване „Библиотеката“ на БНТ, дори поставян на челни места по книжарниците, романът „Чумата“ на Албер Камю отново се нареди сред бестселърите, повече от 70 години след първото му публикуване. Историята за смъртоносна болест, застрашаваща град под карантина, макар и използвана като алегория, отново набра огромна популярност.⁸

В книжарници по целия свят хората търсеха „Чумата“. Особено нашумя във Франция, където продажбите ѝ се увеличили тройно и съответно поставиха книгата в топ 10 бестселъри. В Испания и Италия се стигна до подобен резултат, а в Япония дори до забраната да се купува пове-

⁷ Пандемията от COVID-19 повиши търсенето на „Декамерон“. bTV Новините [онлайн]. 16 април 2020 [видяно 26 ноември 2020]. Достъпно на: <https://btvnovinite.bg/lifestyle/liubopitno/pandemijata-ot-covid-19-povishi-tarseneto-na-dekameron.html/>.

⁸ 70 г. по-късно: „Чумата“ на Камю бестселър заради коронавируса. Площад Славейков [онлайн]. 6 март 2020 [видяно 26 ноември 2020]. Достъпно на: <https://www.ploshadtaslaveikov.com/70-g-po-kasno-chumata-na-kamyu-bestselar-zaradi-koronavirusa/>.



че от един екземпляр от книгата, след като над милион копия бяха продадени само през 2020 г.

Дори „1984“ на Джордж Оруел получи доста внимание в социалните мрежи и в книжарниците след началото на пандемията. Читателите откриваха приликите между строгите мерки за ограничаването на заразата от COVID-19 и ситуацията на абсолютен държавен контрол в антиутопията, публикувана през 1949 г.

Литературата заема огромна част от сърцето на тези от нас, които сме нейни привърженици, влияе ни, предоставя ни убежище, когато се чувстваме заплашени. Така че събитие като световна пандемия беше предопределено да се отрази на читателите и техните настроения спрямо книжния свят.

С интерес наблюдавахме как книги, написани преди 70, 300, дори 700 години отново станаха актуални по цял свят. И не само защото хората отново оцениха майсторството на писателите, създали измислени светове, а заради нуждата им от съвет как да се справят с пандемията.

През 2020 г. навсякъде се говореше как да не позволяваме на вируса да ни достигне физически. Не знаехме обаче как да го изгоним от съзнанието си. Затова всички дружно попитахме Бокачо, чийто отговор се криеше в „Декамерон“, чакайки векове, за да ни достигне.

И този отговор беше в историите. Историите, към които отново се обърнахме.

Ивял Кабрамова

Приносът на библиотеките

Още в края на 2019 г. всички постепенно започнахме да усещаме, че предстои промяна в света. Срегнахме се с много кризи наведнъж, най-голямата от които доведе чак до това, което много биха нарекли загуба на свободата си. Най-вече оспорвани и „лишаващи“ бяха световно приложените мерки за справяне с високото ниво на заболяванията и разпространението на коварния вирус COVID-19.

Тези рестрикции бяха приложени върху всякакъв вид обекти – развлекателни, образователни, дори и тези, които можем да наречем жизненоважни. В това число, под комбиниран етикет развлечение и образование, влизат и библиотеките. Може би в модерния ни и забързан свят библиотеката е повече място за съхранение на различни информационни формати, отколкото доставяне на лесен достъп до тях – поне в България е така, но много от библиотекарите на територията на държавата не се стъписаха, когато настана суматохата при настъпването на първото извънредно положение. Дори напротив – голяма част от тях успяха да измислят и осъществят алтернативни инициативи и дейности, с които да повдигнат духа на читателите си.



Разпръснати навсякъде из България, в малки читалища и големи градски клонове, библиотеките и техните служители, чрез книгите, заедно със своята нестихваща и изобщо нелесна работа, успяха да вдъхнат поне частичка ведрина в душите на хората, които докоснаха със своето усърдие.

За целта ми да предам възможно най-точно как са успели библиотеките в страната да поддържат културния дух на хората, отправих своите писмени въпроси към два впечатляващи с дейност в „бездейния“ период колектива – на Регионалната народна библиотека „П. Р. Славейков“ във Велико Търново и на Столичната библиотека в София.

Нека започна с РНБ „П. Р. Славейков“. Библиотеката се зае с много вълнуваща дейност – доставка на книги по домовете на хората във Велико Търново и околните градчета и села, като първо рекламираше новопридобитите си заглавия на своята фейсбук страница. На въпросите ми отговориха директорът доц. д-р Калина Иванова и колегите ѝ д-р Вехбие Балиева, Калоян Здравков и Момчил Шивачев. Ето как те представиха дейността на библиотеката в епидемичната обстановка в това своеобразно „колективно интервю“:

— През март 2020 г. когато за първи път държавата влезе в извънредно положение, кои от отделите Ви останаха работещи – без значение дали в главната сграда или в останалите филиали?

— Когато през март 2020 г. беше обявено извънредно положение за цялата страна, голяма част от персо-



нала премина към работа от дома си. Основният акцент беше удовлетворяването на различните търсения и заявки от читателите. Този период се оказа благоприятен за извършването и на неотложна вътрешна работа от страна на присъстващите на място колеги.

Всички дейности бяха извършвани при стриктното спазване на задължително предписаните санитарно-хигиенни изисквания за здравето. Ретроконверсията и част от обработката на дигиталните масиви беше поверена на служители, работещи дистанционно от дома и подходящо окомплектовани с технически пособия. Във всеки от обслужващите отдели останаха да работят присъствено минимален брой колеги, които да удовлетворяват различните търсения и заявки на читателите във връзка с новата услуга, която библиотеката реши да предлага – доставка на книги по домовете.

— Каква беше причината част от отделите да продължат дейността си и как разпределихте работата на персонала?

— Причината част от персонала да остане присъствено на работа бе именно да изпълняваме заявките на читателите, за да не изгубваме трайно връзката си с тях. Дейността на колегите се състоеше основно в намиране на търсената литература и нейното разпределяне за съответните посочени адреси в града. След намиране на търсените заглавия, книгите бяха дезинфекцирани и поставяни в индивидуални пратки с надписани имена и адреси. Доставките се извършваха в петъчните дни с помощта на служебен автомобил.



— Разкажете малко по-подробно как се породи идеята за доставките на книги по домовете. Това ли беше единственият начин за достъп на читателите до книгите Ви? Каква беше обратната връзка?

— През периода на извънредното положение единственият достъп на читателите до библиотечните ни фондове действително се заключаваше в предоставянето на желаните от тях книги до посочените адреси. По предложение на директора на библиотеката – доц. д-р Калина Иванова, екипът реши да предложи на своите читатели услугата „Доставка на книги по домовете“, чрез която да не се прекъсва връзката библиотека – читател за дълъг период от време. Оказа се, че услугата имаше успех и от нея се възползваха доста читатели. Нашата обратна връзка с всички се осъществяваше чрез телефон, имейл или заявки в съответните лични профили.

— Как се сдобихте с машината за дезинфекция на книги? Имаше ли добри отзиви от читателите и служителите?

— Закупуването на машината беше планирано още в края на 2019 г. В началото на 2020 г. беше придвижена процедурата и през февруари се осъществи нейното фактическо придобиване. Реално идеята за набавяне не се свързваше с разпространението на COVID-19, защото по това време все още нямаше надеждна и достатъчно достоверна научна информация по въпроса. Така или иначе, доставката на това устройство се случи във възможно най-подходящия момент. Новата придобивка своевременно бе рекламирана към читателите или гостите,



посещаващи Централната сграда на библиотеката, и те имаха възможност да се запознаят с уникалните ѝ функции от първа ръка.

Това впоследствие се оказа и решаващо за стартирането на услугата „Доставка на книги по домовете“, тъй като вече имаше една предварително заложена по-висока степен на доверие относно възможностите на самата библиотека да съхранява здравето на своите читатели. Обратната връзка от страна на гражданите и до момента е абсолютно положителна. С машината се работи извънредно лесно и просто, принципът на действие е пределно понятен и това допринася за спокойствието както на читателите, така и на служителите, които работят в библиотеката.

— Как успяхте да поддържате контакт с Вашите читатели през целия период, та дори и сега?

— Непрекъснатият контакт между библиотекарите и гражданите през този период се осъществяваше с помощта на телефонни разговори, имейли и проверяване на електронните заявки, подадени към нас. Освен това бяха предприети и своевременни действия широката общественост да получи информацията относно иновативната, изцяло безопасна за читателите, доставка по домовете. За целта се разпространиха голям брой публикации в местната преса, бяха дадени и отделни интервюта за медиите, както на регионално, така и на национално ниво. Тази услуга, разбира се, беше достатъчно популяризирана в социалните мрежи, както и чрез сайта на самата библиотека. Всичко това бе направено с основна цел достигането на информацията до възможно най-широка аудитория.



— Какви книги се търсеха и продължават да се търсят повече – развлекателни или академични?

— През визирания период ползвателите на библиотеката, които са притежатели на редовни годишни читателски карти, се ориентираха най-вече към четене на художествена литература. По-малките ни читатели традиционно желяеха да прочетат произведения от Рик Риърдън, Роалд Дал, Джеф Кини и т. н. Интересът към научната литература беше значително по-слаб, но все пак би могло да се спомене името на Ювал Харари, разглеждащ тематиките за човешкия разум и еволюционното ни развитие. Спектърът от читатели бе изключително широк и е трудно да се обособи в отделни възрастови или професионални групи. Интересът към значителна част от книгите, които бяха представяни чрез фейсбук страницата, също се повиши осезаемо.

— Представихте ли някакви съвсем нови дейности като резултат от пандемичната ситуация? Мислите ли да ги поддържате след евентуалното разрешение на този световен проблем?

— Извънредното положение прекрати физическите посещения на читателите в различните ни сгради, но това не попречи на отделни колеги да популяризират новите книги или дейности на библиотеката, с което да поддържат ежедневната ни връзка с читателите. Това беше осъществявано онлайн чрез фейсбук, където стартира оформянето на напълно нова рубрика. Там за ползвателите се представяха ежедневно някои от най-новите и интересни книжни заглавия с помощта на кратки анотации за дадения автор и съдържанието им. Постигнахме два



ефекта: авторът да е познат и харесван, за да привлечем почитателите му, а също така да бъде предизвикан интересът на читатели, за които името е ново и непознато.

Другият търсен ефект бе да привлечем нов кръг от четяща публика – млади хора, които да преоткрият библиотеката като достъпен и желан източник на най-актуалните автори и заглавия. Можем да заявим, че библиотекарите получиха и реална представа колко е важно да рекламираме своя фонд чрез социалните мрежи. Именно чрез тях заинтересованите граждани преоткриха значителна част от собствените ни атрактивни колекции. След отмяната на извънредното положение, конкретно д-р Вехбие Балиева продължи периодично да се занимава с посочената дейност – предимно след получаването на най-новите доставки с литература.

— Организирахте ли някакви онлайн събития, чрез които да поддържате активност? Разкажете накратко за тях.

— Влошената епидемична обстановка в страната наложи провеждането на някои онлайн събития. Например във връзка със 170-годишнината от рождението на Патриарха на българската литература Иван Вазов, библиотеката се включи в общонационалната инициатива за препрочитането на много от неговите произведения. В нея взеха участие както служители на самата библиотека, така и изявени културно-просветни дейци от града. Четенията бяха заснемани от местна телевизия, като впоследствие всеки ден в нейната програма бе излъчван прочит на някой от различните участници.



Едно от най-очакваните културни събития за годината бе конкурсът, озаглавен „Моят роден град“. За обявяването и връчването на наградите бе написан подробен сценарий. По-късно награждаването бе излъчено онлайн на 1 юни 2020 г. по повод Международния ден на детето.

Рекламирането и появата на редовна информация за услугата „Доставка на книги по домовете“ на свой ред отправяше и едно важно послание към всички: „Ние сме тук и работим, за да удовлетворим вашата необходимост от информационно обслужване и културно самоусъвършенстване. Можете спокойно да използвате нашите услуги“. Цитираната нагласа определено докосна сърцата на много от хората, което непрекъснато проличаваше от получаваните специални техни отзиви с благодарности.

Като цяло преминаването на присъствената публична дейност в нов, онлайн формат, предостави пред целия ни колектив отделни интересни предизвикателства. Тяхното успешно преодоляване помогна за натрупване на ценен опит, който по-късно бе използван за дистанционно провеждане на ежегодната Международна научна конференция „Библиотеки – четене – комуникации“, за литературната среща с посланика на Република Кипър в България и други събития.

— Наложил ли се да отмените събития, които не биха могли да се организират онлайн? Каква беше реакцията на читателите спрямо това?

— За съжаление, периодът на извънредното положение отложи през 2020 г. едно от нашите най-важни културни събития за годината – провеждащото се традиционно пролетно „Фоайе на книгата с автограф“. По



принцип то се реализира, от една страна, в читалнята на централната сграда, а от друга – чрез представяне на щандове с книги от различни издателства сред залите на Дворец на културата и спорта „Васил Левски“. Особено популярни сред обществеността бяха мероприятията в читалнята.

Библиотеката „П. Р. Славейков“ отново подходи с креативност и тази инициатива също бе проведена онлайн. На фейсбук страницата ни ежедневно (в продължение на един месец) бяха представяни различните издателства, предварително заявили своето участие, заедно с предоставените от тях най-нови издания. Така отново провокирахме заинтересованите читатели да следят редовно нашата страница.

— Имате ли тогава (и имате ли сега) възможност да предоставите електронна база с произведения или учебни материали, които биха били нужни на читателите, докато нямат физически достъп до библиотеката?

— Електронната ни база, предоставяща конкретно учебни помагала или учебници, все още не е особено голяма, но благодарение на колегите от отдел „Автоматизация“, процесите продължават с особено добри темпове. Индивидуални издания по принцип биха могли да се разглеждат чрез електронния сайт на РНБ „П. Р. Славейков“. Там читателите биха могли при желание да видят и отделни вече сканирани издания.

Важно е да се отбележи, че участваме активно в разработването на дигиталната библиотека „Север +“. Тя съдържа голям обем информация под формата на елек-



тронни копия на периодични издания и книги, основно от периода на Възраждането, но също и след Освобождението (1878 – 1940 г.). Достъпът до тези заглавия е свободен.¹

Споделеното от специалистите в РНБ „П. Р. Славейков“ и техния ръководител разкрива колко важна за библиотекарите е връзката между хората и книгите, както и културните събития, свързани с тях.

Ето и един „отчет“ за дейността на Столична библиотека в отговор на моя интерес за начина, по който колективът ѝ посреща предизвикателствата на пандемичната ситуация. На въпросите ми отговорят директорът на библиотеката Юлия Цинзова и Наталия Пискова, експерт „Връзки с обществеността“.

— В каква среда работихте след началото на извънредното положение? Присъствена, онлайн или смесена? Какви тенденции забелязахте в активността на читателите си?

— Все повече хора по време на пандемията се обърнаха към четенето и разговора за книги, читателите, които спорадично посещаваха Столична библиотека, сега все по-често идват с желание да вземат книги за вкъщи. В пандемичната обстановка се наблюдава тенденцията за активно общуване между читатели и библиотекарите, които се превърнаха в активни консултанти, парт-

¹ Дигитална културна съкровищница „Север +“. Регионална библиотека „П. Р. Славейков“. Достъпно на: <http://sever.libraryvt.com/>.



ньори и приятели на голяма част от потребителите на библиотеката.

Както всички културни институции, и Столична библиотека по време на извънредното положение в периода март – май „пренесе“ своята дейност основно в мрежата, което се оказа много плодородно. Чрез онлайн инициативите на библиотеката се появиха така наречените „книжни инфлуенсъри“ – наши читатели и приятели, които повлияха на вкуса и избора на книги за четене на семейството от читатели на библиотеката, които вече надхвърлят 63 хиляди.

Тенденцията, която се откроява, е интернет да бъде новата медия, оказваща влияние върху избора и търсенето на дадено заглавие. Още една интересна тенденция, свързана с новата обстановка, е засиленият интерес и участие във всички онлайн инициативи на библиотеката в социалните мрежи: „Книгоубежище“, „Часът на приказката“, отбелязване на 170-годишнината от рождението на Иван Вазов с клипове на деца, рецитиращи негови стихове, и отбелязване на 100-годишнината от рождението на Валери Петров с деца, илюстриращи „Пет приказки“.

— Кои бяха най-отличителните Ви инициативи по време на извънредното положение и след това? Смятате ли, че обратната връзка от читателите е била задоволителна?

— В условията на пандемия през август за шеста поредна година се проведе традиционната лятна кампания „Зелени библиотеки“, която е рекордна досега – 14 хиляди посещения, близо 1000 нови записани читатели и повече от 1800 подарени от библиотеката книги.



Столичната библиотека също отбеляза на 23 октомври 92-рата си годишнина със знаково поетично четене на „Поезия без карантина“ на живо и с откриване на реновиращи читателски зони за заемане на нехудожествена литература. Имаше също документални изложби с най-новите уникални попълнения от средата на XIX век във фонда на библиотеката, както и създаване на Клуб за научнопопулярна литература „Красива наука в библиотеката“.



*Рекламният банер на кампанията „Поезия без карантина“.
© Столична библиотека*

През ноември 2020 г. библиотеката отбеляза „Месец на Йордан Йовков“ по случай 140 години от рождението му. Проведе се и седмицата на „Пипи Дългото чорапче“,



която се отбеляза с редица онлайн инициативи, конкурси, игри и забавления за децата.

Най-новата онлайн инициатива в Детския център през месец декември, наред с традиционните в онлайн формат „Час на приказката“ и „Комикс ателие“, е „До Игнажден с книга в ръка“ с любима коледна книга. Корейският кълт организира четири онлайн инициативи: лекции-презентации върху историята и културата на Корея и уроци по корейски език за начинаещи.

— Как успяхте да поддържате връзка с читателите си и как им предоставихте книгите, от които се нуждаят?

— Очакванията за рязко намаляване на читателите и посещенията в библиотеката не се оправдаха. В периода май – ноември в библиотеката са записани над 6 хиляди нови читатели, а раздадените книги за четене надхвърлят 260 хиляди. Съществуващият онлайн каталог съдържа библиографски описания на над 600 хиляди документи в разделите „Книги“, „Некнижни единици“, „Периодика“ и „Краезнание“.

Голямо търсене имат и онлайн услугите – презаписване на книги, резервиране на търсено заглавие, писмена библиографска справка, поръчка за сканиране на документ и получаване на сканираното копие по електронен път, както и поръчки за междубиблиотечно заемане.

Освен това Столичната библиотека отскоро притежава и видеострийминг оборудване, което ще предостави възможност на нашата публика да бъде „съпричастна“ онлайн с редица наши културни инициативи и кампании. Предстои и стартиране на модерната Тийн ЛАБоратория



с финансовата подкрепа на Посолството на САЩ в България – високотехнологична коуъркинг зона за ученици, в която ще се предлагат обучения и занимания в областта на дигиталните технологии и интерактивните изкуства.

— Кои активности преустановихте и кои поддържахте през всички тези месеци?

— Някои от онлайн кампаниите, проведени през първия карантинен период март – май 2020 г., бяха свързани с деца, илюстрации, стихове на известни български поети, конкурси за най-добра снимка. Подробно описани, те могат да бъдат намерени на сектора „Актуално“ на сайта на библиотеката.

— Смятате ли, че са нужни „по-модерни“ алтернативни начини за достъп на читателите до Вашите налични книги, като електронна база данни, където се съдържат всички или повечето произведения и академични текстове?

— Дигиталният център на библиотеката е най-модерният във всички културни институции в София, създаден с финансов ресурс по два европейски проекта. От началото на 2020 г. са сканирани 59 823 страници от редки книжни носители на информация. Дигитализацията на фонда на библиотеката започва още през 2000 г. с периодични издания с временен режим на съхранение.

Първите електронни платформи, които потребителите могат да използват, са: „Обединени информационни ресурси – статии от периодични издания“; „Българската литературна класика – знание за всички“; Digital Sofia и



уникалната дигитална платформа „Сердика“ на Столичната библиотека.

Информацията, получена и от двете библиотеки, доказва, че колективите са се справили със сложната ситуация, когато се е наложило да затворят врати за читателите си и да пренесат креативността си онлайн. Това са само два примера за богатите ресурси, които притежават родните ни библиотеки, както и на какво са способни, за да поддържат връзката си с читателите. Когато хората са отчаяни и затворени въкъщи, заобиколени от кризисни ситуации, библиотеките винаги ще са насреща да повдигнат духа им с малко поезия, конкурси или просто с едно приятно четиво, за което дори не се налага да плащат.

Понякога мислим, че библиотеките нямат достатъчно ресурси, че не могат да допринесат с нещо особено значимо – но за всичките новорегистрирани читатели от 2020 г. това не е така. Можем само да се надяваме обществото да започне да осъзнава, че колкото се развива то, толкова се развиват и неговите културни институции. Всяка хубава инициатива заслужава да получи шанс.

Симона Горчева

Заедно

В необичайната пандемична ситуация стартираха много кампании и инициативи в подкрепа на книгоиздателите и книготърговците.

В България издатели, автори, илюстратори, дизайнери, страньори, преводачи, редактори, коректори, печатари, търговци и агенти се обединиха в една обща кауза под наслов „За да я има книгата“.¹ Тя започна на 2 април 2020 г., Международния ден на детската книга, и призова читателите да помогнат на книгата днес, за да я има и утре. Инициаторите се обърнаха към всеки, който в тези трудни времена има възможност да закупи или да дари книги. Голямото семейство на ценителите на литературата призова обществото да се обедини, защото именно малките усилия могат да помогнат за спасяването на книгата като ценност и национално богатство.

Книгата е извор на знания, забавление и идеи. Книгата е нашият живот и нашият смисъл. Обръщаме се към всеки, който желае да стане посланик на каузата и може

¹Купи 1 книга [онлайн]. 2020 [видяно 28 ноември 2020]. Достъпно на: <https://kupi1kniga.com/>.



да отдели средства за книга. Включете се в кампанията. Купете 1 книга. За да има книги утре! – гласи призивът на организаторите на кампанията.

Само за няколко дни призивът „За да я има книгата“ беше споделен от стотици любители на литературата и четенето. Кампанията даде стимул на продажбите през онлайн магазините на издателства и книжарници и вече се сдоби с първите дарители, закупили книги за кауза. По време на втората вълна на вируса, която обхвана коледните и новогодишни празници на 2020 г., кампанията призова хората да закупят четиво и да го подарят за Коледа: *Направи подарък с послание! Направи подарък със значение! Направи подарък с кауза! Купи 1 книга. Подари я за Коледа!*

Желаещите да подкрепят кампанията го направиха чрез специално създадения сайт на инициативата: www.kupi1kniga.com. Оттам те имаха възможност да отидат в електронния магазин на предпочитаното издателство или книжарница и да закупят книга по избор.

Проектът „Декамерон 2020“ на Сдружение за градски читални предостави безплатно качествена българска литература дори в момент, в който всички библиотеки в страната бяха затворени заради извънредното положение.² Сдружението създаде преди няколко години „Читалнята“ – мястото за срещи с книги в парка пред Народния театър „Иван Вазов“ в центъра на София. След като „Читалнята“ беше затворена поради извънредното положение, създателите ѝ се насочиха към идеята за онлайн пространство за любителите на книги и така създа-

² Декамерон 2020 – Подбрани български разкази за четене по време на пандемия [онлайн]. 2020 [видяно 28 ноември 2020]. Достъпно на: <https://decameron2020.eu/>.



доха проекта „Декамерон 2020“. Тридесет от утвърдените имена в жанра на разказа предоставиха най-добрите си произведения за свободно четене. Наименованието на проекта прави връзка с прочутото произведение на Джовани Бокачо, събрало 100 истории, разказани от 10 души, уединили се по време на чумната епидемия във Флоренция.



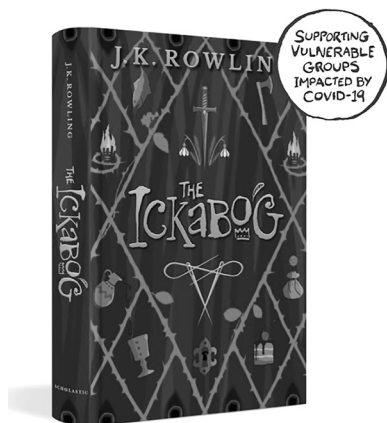
Стартираха и много инициативи за доставка на книги по домовете, като пример за това е мобилната библиотека във Велинград. Идеята се родила, след като станало ясно, че в условията на изолация хората четат повече и имат по-голям интерес към заемането на книги, но много от възрастните се страхуват да излязат заради вируса или заради минусовите температури навън. Служителите на библиотеката разнасяха предварително заявени книги всеки по-



неделник, избрани в специално създадената фейсбук група, в която се качваха списъци с предложения за заглавия.

В различни страни по света пандемията породила благодородни инициативи и дарителски кампании. Много творци не пропуснаха да се включат в борбата срещу вируса. Един от многобройните примери е благотворителната акция на авторката на поредицата „Хари Потър“ Дж. К. Роулинг. През април 2020 г. писателката дари един милион британски лири, за да помогне на хората, които са останали без дом или са преживели домашно насилие по време на пандемията.

Освен това Дж. К. Роулинг реши да подари приказката „Икабог“ на почитателите си по целия свят заради ограниченията, наложени от COVID-19. Авторката създаде сайт за новата си творба, на който периодично публикуваше на свободен достъп по една глава от нея. Тя обяви конкурс за детски илюстрации към предстоящото печатно издание, който се проведе чрез издателите ѝ по света.



„Икабог“ е издадена в подкрепа на уязвимите групи, пострадали от COVID-19. © www.theickabog.com



Поетапното електронно публикуване на книгата на български език започна на 18 август и продължи до 2 октомври. „Икабог“ се появи и като книжно издание през ноември 2020 г. в много страни, включително и в България. Дж. К. Роулинг предоставя всички приходи от авторските си права на проекти, подпомагащи уязвими групи от населението и на групи от населението, засегнати от пандемията във Великобритания. Българското печатно издание на „Егмонт“ е илюстрирано с 34 детски творби, подбрани чрез рисувателния конкурс.

Дж. К. Роулинг стартира инициативата „Хари Потър вкъщи“ с цел да развлича малките магьосници със загадки, въпросници, полезни статии и т.н.³ На официалния сайт на инициативата бе качена първата част от поредицата – „Хари Потър и Философският камък“ в аудиоформат.

Даниел Радклиф, който изигра малкия магьосник във всичките осем филма, участва в онлайн четенето на „Хари Потър и Философският камък“, насочено към хората, останали вкъщи поради епидемичната обстановка. Актьорът, навършил вече 30 години, започна с първата глава, озаглавена „Момчето, което оживя“, а останалите 16 бяха прочетени от други известни личности от света на магьосниците, като Клаудия Ким и Еди Редмайн от „Фантастични животни“, и звезди извън вселената на Хари Потър като Дейвид Бекъм и Дакота Фанинг.

Една от положителните страни на необичайната пандемична обстановка е, че насочи хората да потърсят утеха в книгите. Било, за да се спасят от скуката на изолацията вкъщи, било, за да избягат в един вълшебен свят, в

³ Harry Potter At Home. Wizarding World [online]. 2020 [cited 28 November 2020]. Available from: <https://www.wizardingworld.com/collections/harry-potter-at-home/>.



който да забравят проблемите, предизвикани от кризата. Тревожното време на пандемията показва, че всеки е способен да се отдаде на кауза, която да помогне на хората и да ги насърчи към по-добро.

Симона Николова
Мари-Никол Маркова

Четене по време на пандемия

Свидетели сме на неவிждано по обхвата си явление. Пандемията от COVID-19 обвзе целия свят. Кризисната обстановка постави и много въпроси относно една от водещите дейности в културното развитие и самоусъвършенстването на човека – четенето.

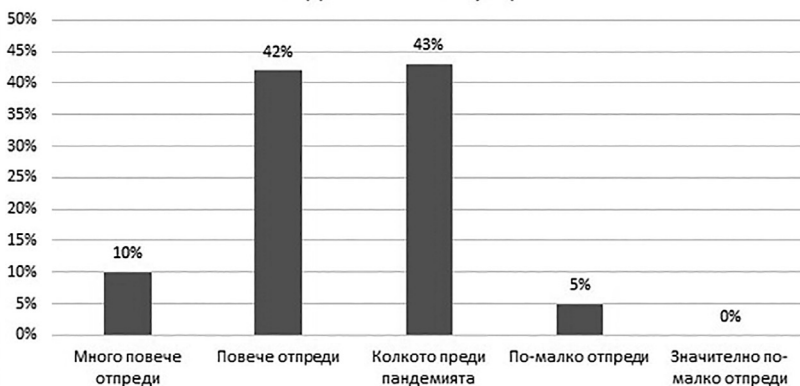
С цел да разберем как и доколко пандемията се отразява на читателските нагласи направихме собствено проучване чрез анкета, проведена сред студентите от Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Анкетата „Влияние на пандемичната ситуация върху читателските практики“ включва седем въпроса, като респондентите избират само един от избираемите отговори. Два от въпросите дават възможност за посочване на различен от предложените отговори, като анкетираните избират опцията „друго“. В анкетата, проведена от 21 ноември до 5 декември 2020 г., се включиха 103 студенти от двете образователно-квали-



фикационни степени – бакалавър и магистър. Преобладаващата част от респондентите са жени (86%). Във възрастовия диапазон между 18 и 25 години попадат 80% от анкетираните.

Първият въпрос „Колко време за четене отделяте в пандемичната ситуация?“ цели да разкрие дали хората, принудени да прекарат повече време въщи, преоткриват четенето на книги. От резултатите става ясно, че 52% от отговорилите четат повече отпреди, 43% не са променили читателската си активност, а 5% са намалили времето си за четене. Нито един от анкетираните не е избрал отговора „Значително по-малко отпреди“.

1. Колко време за четене отделяте в пандемичната ситуация?

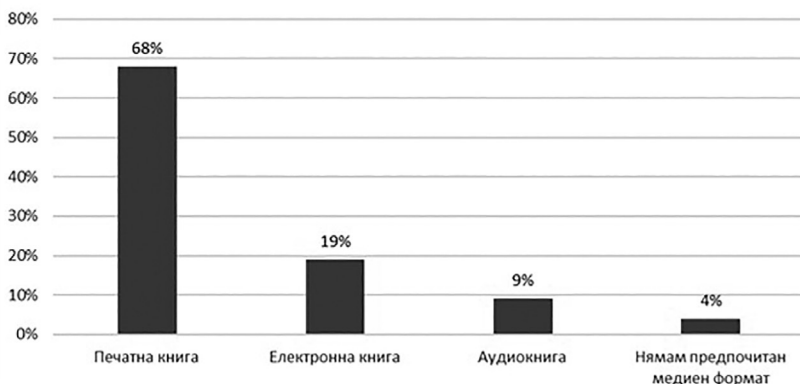


Вторият въпрос кани анкетираните да посочат кой е предпочитаният от тях медиен формат на книгата по



време на пандемията. Интересно е, че доминира предпочитанието към печатните книги, дори и в ситуация на временно затворени книжарници, която затруднява достъпа до тях. Процентът на хората, избрали печатната книга за предпочитан медиен формат, е най-висок – 68%. Само 28% от анкетираните избират дигиталните формати, като по-висок остава делът на електронните книги – 19% спрямо 9% за аудиокнигите. Останалите 4% посочват, че нямат предпочитание към конкретен медиен формат.

2. Моля посочете кой е предпочитаният от Вас медиен формат на книгата в пандемичната ситуация:

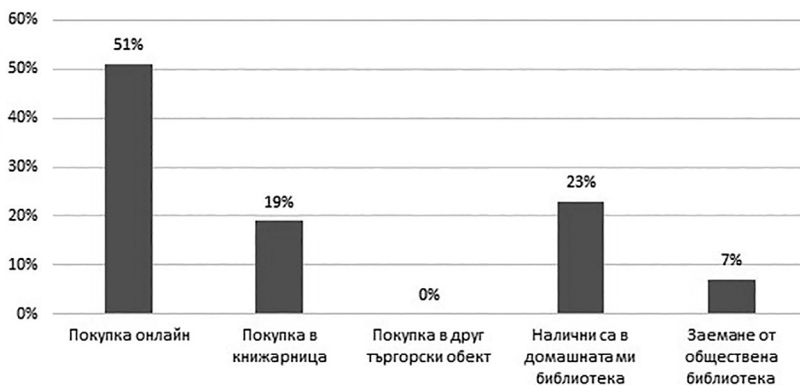


Третият въпрос цели да установи обичайния начин за набавяне на печатни книги. Оказва се, че 70% от анкетираните купуват редовно книги и по време на пан-



демията. Отговорите доказват нарастващото значение на електронната търговия в период на изолация. Малко повече от половина от анкетираните (51%) купуват печатни книги онлайн, а само 19% – от физическа книжарница. Останалите 30% разчитат на библиотечните ресурси, като 7% заемат от обществени библиотеки, а 23% посягат към домашната си библиотека.

3. Кой е обичайният начин, по който си набавяте печатни книги в пандемичната ситуация?

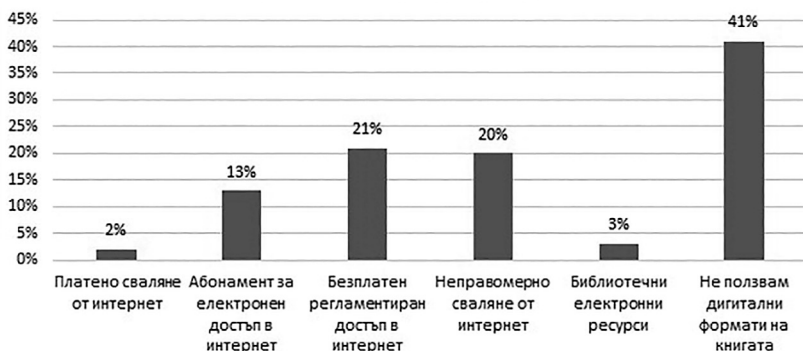


Четвъртият въпрос установява как анкетираните, които ползват дигиталните формати, придобиват електронните книги и аудиокнигите в пандемичната ситуация. Почти една четвърт от анкетираните (24%) отговарят, че използват безплатен регламентиран достъп в интернет, като 3% се възползват от библиотечните електронни ресурси. Едва 15% от отговорилите плащат



за абонаментен достъп (13%) и изтегляне на електронни и аудиокниги от интернет (2%). Интересно е, че цели 20% не се притесняват да признаят, че изтеглят книги в дигиталните формати неправомерно от интернет. Близко половината от анкетиранияте (41%) посочват, че не използват дигитални формати, което също доказва предпочитанието към печатната книга.

4. Ако ползвате дигиталните формати електронна книга и аудиокнига, кой е обичайният начин, по който си ги набавяте в пандемичната ситуация?

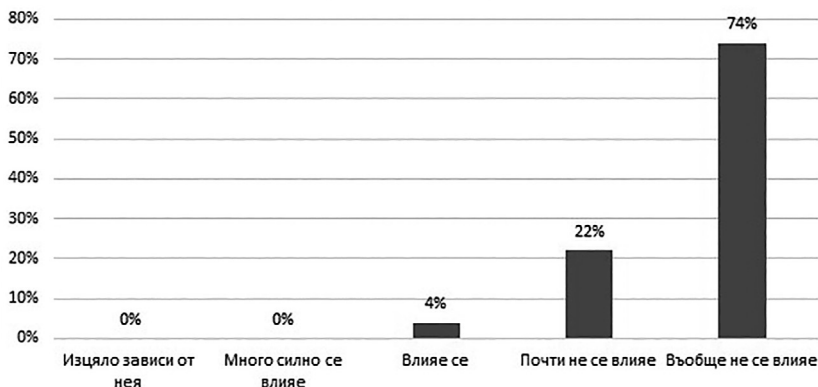


Петият въпрос от анкетата цели да провери дали специфичната ситуация, в която сме поставени, влияе върху избора на конкретни заглавия. Оказва се, че изолацията и пандемията не засягат литературните вкусове. Почти всички от анкетиранияте (96%) посочват, че изборът им не се влияе от ситуацията: 74% ка-



тегорично избират отговора „Въобще не се влияе“, а 22% – „Почти не се влияе“. Само 4% отговарят, че извънредното положение се е отразило върху избора им на заглавия.

5. Влияе ли се изборът Ви на конкретни заглавия от пандемичната ситуация?



Чрез шестия въпрос искахме да разберем дали изолацията подтиква читателите да се ориентират към определени жанрове. Високият процент (84%) на избраните отговора „Няма промяна в читателските ми предпочитания“ отново потвърждава, че пандемията не влияе на вече изградените навици у читателите. Останалите отговори се нареждат в низходящ ред: „Развлекателна художествена литература“ (7%), „Книги за самопомощ и самоусъвършенстване“ (4%), „Книги на здравна тематика“ (2%), „Поезия“ (1%). По един про-



цент се разпределя между посочените типове четива от опцията „Друго“ – криминални книги и трилъри и обемни четива над 500 страници.

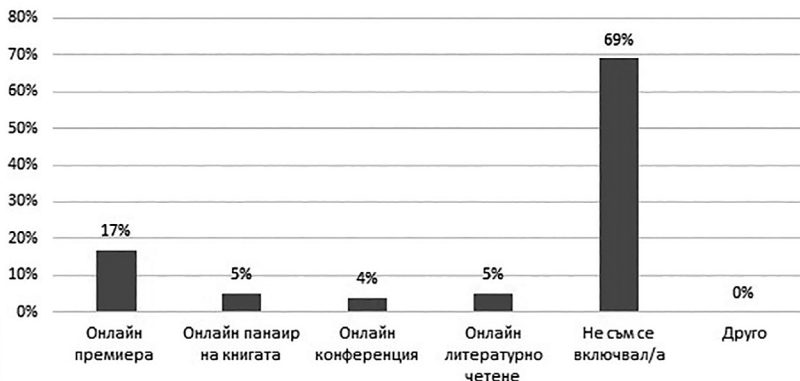


С отговорите на седмия въпрос анкетираните посочват дали са се включвали в литературно събитие, проведено виртуално по време на пандемията. Оказва се, че 69% не са се включвали в нито едно. Общо 31% са се включили в някое от събитията, като най-посещавани се оказват онлайн премиерите на книги (17%), следвани поравно от онлайн литературните четения и онлайн панаириите (по 5%), а с най-малък дял са онлайн конференциите (4%). Никой не се е възползвал



от възможността да посочи друг вид онлайн събитие, в което е участвал.

7. Включихте ли се в онлайн литературно събитие, проведено в пандемичната ситуация?



В процеса на обработване и анализ на анкетата осъзнахме, че ерата на технологиите благоприятства успешното приспособяване към необичайната и трудна ситуация, която преживяваме в момента. Голяма част от отговорите се оказват колкото изненадващи, толкова и логични.

Анкетата установява, че ограничителните мерки и принудителната изолация не успяват да нарушат трайно изградените читателски нагласи. Продължителното заседяване въпреки невинаги се равнява на повече свободно време за четене.



Независимо от трудната ситуация, в която се намира целият свят, хората все пак успяват до някаква степен да съхранят себе си и навиците си. Макар и да си мислим, че всичко радикално се променя, анкетата не го потвърждава относно читателските практики. Ние все още сме същите хора, но по-силни и подготвени да посрещнем необичайните условия. Въпреки че ситуацията спомага за повишен интерес към електронните книги и аудиокнигите, анкетата показва значителен превес на предпочитанията към печатните книги, независимо от трудностите при набавянето им.

Четенето е един от най-интимните процеси, в които човек остава сам, потопен в книгите. Изоляцията по домовете все пак има и своите предимства, защото мнозинството от анкетиранияте посочват, че отделят повече време за четене, отколкото преди.

В условията на криза е важно да съхраним себе си и да отделяме време за всичко, което може да ни накара да се чувстваме добре. Книгата се оказва много добро средство за откъсване от потискащата действителност. Проучването сред студентите във Факултета по журналистика и масова комуникация също доказва, че четенето е един от спасителните пояси в трудната пандемична ситуация.

Благодарности

Тази книга нямаше да бъде създадена без съдействието на хората, които споделиха опита си с нас. Признателни сме на издатели, писатели, книготърговци, библиотекари, блогъри и ценители на литературата, които разкриха трудностите по създаване и разпространение на книгата в условията на пандемия. Всички те дадоха живот и най-важното – истинност – на нашите текстове, като ни позволиха да прием директно от извора. Изказваме благодарности и на колегите, които се включиха в анкетата за читателските нагласи в пандемична ситуация. Благодарим за отзивчивостта и съдействието, защото силата на знанието идва с отговорността то да бъде споделяно.

Студентите от втори курс,
специалност „Книгоиздаване“,
2020/2021 г.

Боледуват ли книгите?

Българска. Първо издание

Всички издателски процеси са извършени от студентите от втори курс, специалност „Книгоиздаване“, във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ през академичната 2020/2021 година.

Предпечатна подготовка
Цветомира Дачева

Формат 60x84/16
Печатни коли 15,5

Факултет по журналистика и масова комуникация
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
София, ул. „Московска“ 49

Печатница на
Университетското издателство „Св. Климент Охридски“
София

Книгата не е предназначена за продажба.

ISBN 978-619-7567-06-9