



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“  
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ  
Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“

---

---

**ИЗДАТЕЛИ И ПИСАТЕЛИ:**

**ТАНСФОРМАЦИИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА, ВЪЗХОД И  
МЕДИЙНА РЕФЛЕКСИЯ.**

**Българското книгоиздаване и българската художествена проза**

**в периода 2010–2017 година**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на

дисертационен труд

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“  
по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и  
информационни науки (Журналистика – Книгоиздаване XXI в.)

Докторант:

Жана Стефанова Попова

Научен ръководител:

проф. д-р Алберт Бенбасат

София, 2020

Дисертационният труд е общо 322 страници. От тях 262 страници са основен текст и 18 страници приложения. Сред приложенията са извадки от проведената с български издатели анкета и интервю с литературен критик.

Дисертацията е структурирана в увод, четири глави и заключение. Използваната библиография се състои общо от 332 източника на български и английски език.

Дисертационният труд е обсъден на заседание на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване” във ФЖМК „Св. Климент Охридски”.

## **1. Обща характеристика на дисертационния труд**

### **Актуалност на темата**

Издаването на съвременна българска художествена литература остава встрани от изследванията на издателските практики през XXI век. През анализирания в настоящата дисертация период 2010–2017 година българската проза се отличава с постоянен количествен растеж, разнообразно съдържание и тематична насоченост, атрактивно художествено оформление, активен маркетинг и рекламни подходи. Същевременно книгата „бяга” от веществената си форма, появяват се нейни хибриди като електронните книги и аудио книгите, които носят същото съдържание, но не притежават същия емоционален заряд. Тези трансформации във функциите на книгата провокират промени в книгоиздателския бизнес. Променят се и нагласите на пазара спрямо българската книга и отношението на издателите към нея.

През 2010–2017 година се забелязва увеличаване в тиражите на съвременната българска проза, особено при големите издателства. Тази издателска практика е средство за преодоляване на финансовата криза от 2008 г., която повлиява негативно и върху книгоиздаването ни. Българската художествена литература се откроява като търсена от читателите, а издателствата инвестират повече средства в нейното тематично разнообразие. Това извика необходимостта от теоретико-практически изследвания, които да бъдат концентрирани върху трансформациите и предизвикателствата пред родното книгоиздаване и съвременната ни литература, както и върху тяхното взаимодействие с медиите. Анализът на продукцията на големите ни издателства помага да се установи доколко тази литература допринася за развитието на книжния пазар и доколко обслужва читателските предпочитания. Това от своя страна допринася за изясняване на посоката на развитие на българското книгоиздаване.

### **Значимост на темата**

Настоящият дисертационен труд се стреми да осъществи задълбочено проучване на издателската дейност на пет от най-големите издателства у нас, „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, при публикуването и разпространението на книги от съвременни български автори. Подборът на тези издателства се основава на тяхната печеливша издателска дейност през 90-те години на XX в. и началото на XXI в. Проследявайки професионалното им поведение, се изгражда представа за спецификите,

предизвикателствата и трансформациите в българското книгоиздаване и българската художествена литература. Превръщането на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” в лидери на пазара и техният интерес при издаването на съвременни български писатели не е било обект на специален анализ. Липсата на научни трудове в тази област е една от основните причини, които мотивират настоящата дисертация. Друг фактор е личният интерес на докторанта към развитието на съвременната българска проза и взаимодействието ѝ с издателите. Желанието ни е да изследваме професионалните взаимоотношения между издателите и писателите и как българската проза се представя на книжния пазар. Причината да се ограничим в периода 2010 – 2017 година е, че през този времеви отрязък се наблюдава „втора вълна” на интерес към произведенията на съвременни български автори. Настоящият дисертационен труд може да обогати знанията на студентите в специалности като „Книгоиздаване” и „Журналистика”, преподавани в Софийския университет „Св. Климент Охридски”. Той може да представлява интерес за студенти и от други специалности в областта на книгоиздаването, медиите, литературата и културните политики. Представеният емпиричен материал би послужил за надграждане в следващи проучвания, свързани с литературата, книгоиздаването и медиите. Трудът може да провокира интереса на теоретици, практики и експерти в тези области, интересувани се от естеството на работа на съвременните български издателства, техните методи за подбор на заглавията, както и професионалните им взаимоотношения със съвременните български писатели. Недостигът на подобни изследвания и динамичното развитие на родното книгоиздаване, превръщат темата в научно предизвикателство за докторанта в дългосрочен план.

### **Обект и предмет на изследването**

**Обект на изследването** са издателските стратегии, прилагани по отношение на съвременната българска художествена литература през периода 2010 – 2017 година от „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. В анализа се поставя акцент върху романите и сборниците с разкази от български автори. Причината за избора на тези литературни жанрове е, че те са най-търсени от читателите през този времеви отрязък. Успоредно с това се изследва взаимодействието между издатели и автори, обръща се внимание на медийната рефлексия върху продукцията на петте издателства и как медийното ѝ отразяване влияе върху читателите.

**Предмет на изследването** са творческите и бизнес отношения между „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” и съвременните български автори от издателския им каталог. Анализират се трансформациите и предизвикателствата пред съвременната българска художествена литература, публикувана у нас. Акцент са промените в издателските практики на петте издателства, реструктурирането на издателските им програми и политиката им по отношение на маркетинга, рекламата и медиите за популяризация на произведенията на съвременната българска проза. Тези аспекти очертават читателските предпочитания към продукцията на книжния пазар, както и по какъв начин „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” се превръщат в лидери при издаването на съвременни български писатели.

### **Цел и задачи на изследването**

**Целта** на дисертационния труд е съсредоточена в две основни направления – научно-изследователско и практико-приложно. Научно-изследователската цел включва опитът да се представи еднозначна дефиниция на понятията „книгоиздаване”, „художествена литература”, „издател” и „писател”. В тази категория попада също историческият обзор на развитието на частното българско книгоиздаване през 90-те години на XX в., където се очертава пренебрежителното отношение на издателите към съвременната българска проза, проучени са причините за нарасналия интерес към нея през второто десетилетие на XXI в. В научно-изследователското направление се включва анализът на статистическите данни за разпространението на съвременна българска художествена литература през 2010–2017 година, както и медийната рефлексия върху продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”.

В практико-приложното направление се представят резултатите от проведеното анкетно проучване с български издатели относно издаването на съвременна българска проза. Рекапитулацията на получените резултати очертава професионалното мнение на издателите относно художествените качества на българската литература, трансформациите в издателските практики и оптимизацията на нейния производствен процес. Събраният емпиричен материал дава яснота за взаимоотношенията издател – редактор – автор, изяснявайки техните основни функции и принципите на подбор на заглавия. Практико-приложното направление изяснява предизвикателствата, трансформациите и тенденциите в книгоиздаването през 2010–2017 година и

организацията на работа на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Цел на научното изследване също така е да представят открояващите се произведения на съвременната българска художествена литература и професионалните тенденции, следвани от петте издателства. Установяват се основните издателски практики, които преобладават в българското книгоиздаване през изследвания времеви отрязък и кои фактори допринасят за неговото развитие и формиране като печеливш бизнес. Реализацията на целта на изследването изисква точно формулиране на задачите.

**Задачите на изследването** очертават рамката и основните аспекти на дисертационния труд. Те са – да се изследват особеностите във взаимоотношенията между издатели и писатели и да се открие каква издателска продукция е предпочитана на книжния пазар, да се проучат водещите имена на автори в съвременната българска художествена литература и издателствата, които ги публикуват. Да се изследват проблемно-тематичните особености на техните произведения. Една от задачите е да се установи дали „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” са лидери в производството и разпространението на съвременна българска проза. Разглежда се тяхната издателска политика, подборът на заглавия, работата на редакторите, коректорите и дизайнерите, маркетинговите им подходи, рекламата, взаимодействието им с медиите и отношенията с писатели и читатели. По този начин се придобива представа за развитието на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, като се изследва тяхното влияние на книжния пазар и до каква степен допринасят за формирането на определени тенденции в областта на художествената литература.

Друга задача на научния труд е да се анализират предизвикателствата, през които преминават петте издателства при публикуването на българска проза, както и какви трансформации се наблюдават в тяхната дейност и взаимоотношения с авторите. Проследява се пътят на тяхното развитие, работна политика и по какъв начин се променят през годините, за да се наложат като лидери на книжния пазар, проблемите, пред които са изправени при публикуването на съвременна българска проза. Стремещт е да се вникне в дълбочина и да се изгради цялостна представа за процесите в развитието на българските издателства през ХХІ век.

Третата задача е да се осъществи библиометричен анализ на продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, отнасяща се към съвременната

българска проза. Проследяват се статистическите данни от Националния статистически институт, Националния регистър на издаваните книги в България, както и годишните класации за най-продавани книги на „Хеликон”, „Гринуич” и „Orange center”. Те очертават маркетинговото поведение на изследваните издателства и до каква степен съвременната българска художествена литература е печеливша инвестиция. Тези данни помагат да се анализират и други аспекти, като например кои фактори допринасят за популяризацията на съвременната българска художествена литература в периода 2010 – 2017 година. Разглеждат се рекламните кампании на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, както и медийното им поведение в различни традиционни и онлайн медии. За изпълнението на тази задача са подбрани специализирани аудиовизуални, печатни и онлайн медии, които притежават лоялен контингент от потребители.

Последната, но не по важност, задача на научния труд е емпирично проучване върху трансформациите, предизвикателствата и възхода на съвременната българска проза през избрания период. Проведена е анкета сред български издатели, в която те споделят подробности за развитието на книжния пазар и критериите при подбора на заглавия от български автори.

Изпълнението на повечето задачи в дисертационния труд изисква интердисциплинарен подход, който помага за надграждането на изследователската теза и разширява нейните научни параметри. Използваните анализи в областта на книгоиздаването, художествената литература, графичния дизайн, маркетинга, рекламата и медийната рефлексия в комбинация с прилагането на емпиричен метод на изследване, помагат за цялостното изпълнение на поставените задачи и реализиране на целта на проучването.

### **Ограничения на изследването**

В настоящата дисертация сме ограничили изследването до анализ на пет от най-големите български издателства – „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Този подбор се основава на факта, че след политическите промени през 1989 г., те се превръщат в стожер на съвременното книгоиздаване у нас и стимулират разпространението на съвременна българска проза. Тези институции подкрепят появата на нови български автори и помагат за качествено им взаимодействие с читателите,

прилагайки утвърдени стандарти за качество. Анализът на тези издателства позволява да се изрази предположението, че сходни професионални практики се прилагат и при останалите издателски институции у нас. Това би дало допълнително обяснение за възхода на съвременната българска проза през второто десетилетие на XXI в. Друго важно ограничение в научния труд е времевата рамка на изследването – от 2010 до 2017 г. Основният ни аргумент е, че през този динамичен за българското книгоиздаване период „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” инвестират най-активно в издаването на българска проза. Появата на книги с различна тематична насоченост, създадени от различни автори, изисква по-внимателен анализ и ограничаване в рамките именно на този период. Този фокус допринася за адекватното изследване на продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” от български автори и изясняването на тематичните направления, търсени от читателската аудитория. Ограничаването в броя на издателствата и времевия период на изследването изисква подбор на медиите, които упражняват медийна рефлексия върху издания на съвременни български автори. Дисертационният труд представя анализ на медийната рефлексия в телевизионни и радио предавания на обществените медии (Българската национална телевизия и Българското национално радио), както и в ежедневници, специализирани печатни и онлайн медии в областта на книгоиздаването и литературата. Това помага да се открият спецификите на медийна рефлексия при българска художествена литература, без да претендираме за пълна изчерпателност по посочената проблематика.

Дисертационният труд не коментира въпроси, свързани с различните издателски профили, нито пък проблеми и тенденции, свързани с четенето в съвременното общество. Не се прави подробен анализ на грамотността, навиците за четене сред съвременните читатели, литературната теория и художествената стойност на произведенията. Избягват се качествени оценки за представените книги на петте издателства. Те са разгледани в контекста на издателските практики и интереса, който предизвикват на книжния пазар. Дисертацията се стреми да не влиза в полемики относно „масова литература” и „висока художествена литература”, нито пък набляга към коя група се причисляват конкретните книги. Поставените ограничения помагат за по-качествения анализ и доказване на изследователската теза.

### **Работна теза и хипотеза**



Изпълнявайки целта и задачите на дисертационния труд, се прави исторически анализ на българското книгоиздаване и практиката в издаването на съвременна българска проза през 90-те години на XX в., преминава се през определянето на теоретични понятия като „художествена литература”, „издател”, „писател”, „книгоиздаване”, отбелязват се лидерите на книжния пазар в публикуването на български автори и се изследва тяхната продукция и взаимодействието ѝ с различни медийни канали. Тези фактори помагат да се докаже **изследователската теза**. Тя е, че „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” прилагат разнообразни издателски стратегии, които допринасят за възхода на българската художествена литература през 2010–2017 година. Взаимоотношенията между авторите и петте издателства се разглеждат в контекста на развитието на българското книгоиздаване и съвременната българска проза през посочения период. Проследява се издателската продукция на петте издателства, тяхната роля за възхода на българската художествена литература, комуникационната връзка с читателската аудитория и представянето на техните произведения в различни медийни канали. Анализират се издателските практики, проучва се политиката за подбор на заглавията, отношенията между автори и издатели и каква продукция е търсена на книжния пазар. Изследват се особеностите на професията издател, както и вътрешните работни процеси, през които преминава дадено произведение, за да достигне до своите потребители.

**Хипотезата на проучването** е: „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” допринасят за възхода на съвременната българска проза през 2010–2017 година, превръщайки я в конкурентоспособна на преводната литература. Тази хипотеза се доказва чрез анализ на издателските практики на петте издателства, проучване на възможностите за пласмент на изданията от български автори и изследване на маркетинговите и рекламните им подходи. Друг важен аспект от доказването на хипотезата е да се изследва дали издателските подходи, прилагани от „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, са в унисон с международните стандарти в книгоиздаването. Маркирането на определени издателски особености в световното книгоиздаване помага да се установи дали те присъстват и сред родните издатели. Важно е да се проследи дали „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” прилагат международни стандарти за качество и как те предопределят трансформациите, които се извършват в политиката им. В процеса на изследване се

акцентира върху структурата и организацията на работа, като се анализира как това оказва влияние върху подбора на заглавия от съвременни български автори. „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” са с различен издателски профил, капацитет и финансиране, но се открояват при публикуването на съвременна българска художествена литература с внимателен подбор на заглавията. Изследването доказва, че целта на петте издателства е да допринесат за възхода на съвременната българска проза.

### **Методология на изследването**

Изследването се базира на **комплексен научен метод**, съчетаващ аналитично, културологично, историческо и емпирично изследване, което се фокусира върху резултатите от анкетата с издателите, интервюта и коментари, посветени на издателските практики на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” през 2010–2017 година. Аналитичното проучване доказва тезата и прави дълбочинно изследване на нейните специфики. Този метод се фокусира върху резултатите от анкетата с издателите, интервюта, новини и коментари, посветени на професионалното поведение на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” през 2010–2017 година. По този начин се изгражда представа за състоянието на съвременното българско книгоиздаване, какви издателски модели се прилагат у нас, както и какви са взаимоотношенията между издатели и автори. Аналитичното проучване обогатява изследователския труд и демонстрира високо ниво на компетентност относно състоянието на съвременната българска литература и книгоиздаването ни.

Друг метод е **културологичният и историческият анализ**. Обзорът на българското книгоиздаване през 90-те години на XX и началото на XXI в. е отправна точка за развитието на тезата на изследователския труд. Посредством анализ на периода се изгражда представа и за състоянието на книжния ни пазар и книгоиздаване. Културологичният анализ в съчетание с историческия обзор проследява обществените нагласи спрямо частното книгоиздаване и посоката на развитие на съвременната българска проза. Изграждането на подробна хронологична рамка е необходимо, за да се създадат стабилни основи за развитие на изследователската теза. Анализират се предпоставките за появата на частното книгоиздаване и за създаването на издателства от ранга на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Интересът на

публиката към преводна продукция с комерсиален характер предопределя развитието на частните издателства в края на ХХ в. Петте издателства поддържат високи критерии за подбор на чуждестранни заглавия и поддържат добри стандарти за качество. В обзора се проследяват обществените и бизнес нагласи при издаването на съвременна българска проза. Търси се отговор на въпроса, какво провокира интереса на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” в началото на ХХІ в. към родната литература. Изясняването на тези специфики обуславя процеса на динамично развитие на съвременната българска проза през второто десетилетие на ХХІ в. Представени са предизвикателствата и промените в издателските практики на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, сред които е обособяването на самостоятелни отдели за маркетинг, реклама и ПР. Историческият и културологичен обзор на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” отличава ключови процеси в тяхното развитие и най-вече плавното им трансформиране в лидери в издаването на българска проза. Това ги превръща във важни бизнес фактори за цялостното развитие на книгоиздаването у нас и разширяването на книжния пазар с различни тематични направления.

Друг метод, използван в дисертационния труд, е **емпиричното проучване**. Чрез него се създава картина на съвременните издателски практики на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, което помага да се проследи доколко те следват международните издателски модели при подбора, производството и разпространението на художествена литература. Анкетното проучване сред издателите осигурява поглед върху споделения опит, предоставя възможност да се огледа състоянието на съвременната българска проза, различните политики за подбор на заглавията и използваните професионални подходи за оптимизирането на процеса по публикуване на съвременни български произведения. Чрез този метод се постига широк обхват на изследването, което да даде възможност за надграждане на изследователската теза и за многостранни анализи в областта на издаването на българската литература. В същото време анкетното проучване понякога провокира повече въпроси по темата, отколкото категорични отговори. Важно е да се установи позицията на големите и малките издатели у нас относно предизвикателствата и трансформациите, свързани с публикуване на съвременна българска проза. По този начин могат до се предизвикват повече дискусии по темата, които впоследствие биха могли да доведат до нейното по-дълбочинно изследване. Включването на този метод подпомага постигането на баланс

между отделните части, стабилизира структурата на изследването и анализа върху специфични характеристики, свързани с тезата. Получените отговори от анкетата с издателите служат като емпирична база на дисертационния труд и подкрепят изследователската теза. Емпиричният подход комбинира в себе си актуалност на разглежданата проблематика, теоретична задълбоченост и практическа ангажираност.

Използваните методи придават научна плътност на дисертационния труд и помагат да се изясни изследователската теза, а също така и да се обърне внимание върху практическия опит на изследваните издателства при публикуването на българска проза.

### **Научна новост на получените резултати**

Дисертационният труд комбинира в себе си актуалността на изследваната проблематика, тенденциите в издателските практики при издаването на българска проза, прецизна фактология, теоретична задълбоченост и добра емпирична база относно работната политика на най-големите български издателства. Получените резултати от анкетата с издателите показват развитието на българското книгоиздаване и взаимодействието между издатели и автори. Изясняват се творческите и бизнес аспекти на техните отношения, както и перспективите за усъвършенстването им, за да изградят по-добра комуникационна връзка с читателите. Определя се ролята и функциите на всеки един от участниците, замесен във веригата по създаването, подбора и разпространението на българската книга. Научна новост на дисертационния труд е анализът върху трансформациите, предизвикателствата и възхода на съвременната българска художествена литература и българското книгоиздаване като цяло.

### **Структура и обем на дисертационния труд**

Дисертационният труд е структуриран в увод, четири глави, заключение, библиография и приложения. Тази структура осигурява постигането на по-широк обхват на изследването и възможност изследователската теза да бъде разгледана от различни гледни точки. Изследването няма претенциите за изчерпателност по темата, но представя широка картина на развитието на българското книгоиздаване и съвременната българска художествена литература, като акцентира върху издателските практики на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Анализът на

трансформациите в тяхната издателска политика и взаимодействието им с различни автори подсигурият изграждането на завършената изследователска теза.

Уводът представя структурата и обхвата на дисертационния труд, актуалността на темата, изследователската теза, както и ограниченията на изследването. Маркирани са възможностите за по-задълбочен анализ по темата, както и научните дисциплини, които биха допринесли за това. Изяснява се обектът и предметът на изследването, целта, задачите, тезата хипотезата и методологията, като се акцентира върху факта, че досега не са правени подобни изследвания върху издателските стратегии и подходи при публикуването на съвременна българска проза.

Първа глава въвежда в темата за трансформациите и предизвикателствата в българското книгоиздаване при публикуването на съвременна българска художествена литература през 2010–2017 година. Акцентира се върху теоретичния инструментариум, отнасящ се до съвременния издателски бизнес. Изясняват се понятията „художествена литература”, „издател”, „писател” и „книгоиздаване”, които служат като теоретична рамка в дисертационния труд. Тяхното еднозначно използване служи за основа при въвеждането на критерии за оценка на съвременната българска проза. Промените в издателския бранш водят до стратегически трансформации в големите издателства като „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Акцентирането върху смисловите характеристики на понятийния апарат подпомага анализа на техните издателски политики.

Смяната на политическия режим, появата на нови модели на работа в издателския бранш, икономическата криза и промяната в обществените нагласи оказват решаващо влияние върху развитието на родния издателски бизнес. Появата на частното книгоиздаване през 90-те години на XX в. бързо налага комерсиализация в сектора. Преобладават нискокачествените преводни издания, които не притежават художествени качества, но провокират интереса на масовата читателска аудитория. Стратегията за публикуване на масова художествена литература със спорни качества, която носи бързи печалби, завладява пазара. Високохудожествената литература остава на по-заден план, а българската художествена литература сякаш е изцяло пренебрегната. Анализите в първа глава показват, че през 90-те години на XX в. читателската аудитория подхожда с предубеждения към българската проза, тъй като

смята, че тя е натоварена с идеологически послания. Произведенията на български писатели не са търсени и издателствата отказват да ги публикуват. Постепенно този модел на книгоиздаване се променя в началото на XXI в. Издателствата започват да проявяват интерес към книгите на съвременни български автори. Появява се ново поколение писатели, което е склонно към различни жанрови и стилови експерименти в художествената литература. Налагат се издателства като „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, които стимулират развитието на българската проза и появата на нови автори. В първа глава се изяснява издателският профил на петте издателства, техните стратегии и възможностите им за инвестиции в съвременната българска художествена литература. Проследява се тяхната история от основаването до превръщането им в лидери на книжния пазар, анализират се рекламните и маркетинговите им стратегии, като се обръща специално внимание на тяхната структура и политика за подбор на заглавията. Историческият обзор на петте издателства проследява трансформациите в техните издателски практики и доколко промените в тях са в унисон с изискванията на читателите. Изградена е точна представа за ролята на техните стратегии във възхода на съвременната българска художествена литература. Анализът в първа глава показва, че променените маркетингови и рекламни политики на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” ги налагат като лидери в разпространението на българска проза през 2010–2017 година. Това твърдение се подкрепя от представянето на събрания емпиричен материал – анкета с издателите. Резултатите от нея са илюстрация на практическата част от издателския бизнес и очертават посоките, в които се развива книгоиздаването ни. На база на споделения професионален опит се изгражда точна картина за трансформациите и предизвикателствата пред „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” при издаването на български автори.

Втора глава се фокусира върху пазарното поведение на българската художествена проза, за да установи кои издания са предпочитани от аудиторията и как се осъществява взаимодействието между издатели и читатели. Изследвайки маркетинговите стратегии на отделните издателства и позиционирането на тяхната продукция, се установява какво място заема съвременната българска проза на книжния ни пазар. Проучва се доколко тя е конкурентоспособна на преводните издания и какви рекламни и медийни канали използва, за да се популяризира сред читателската

аудитория. Анализът на статистическите данни и годишните класации дава по-точна представа за състоянието на българското книгоиздаване и неговите продажби. Отчита се също важната роля, която Националният статистически институт, Националният регистър на издаваните книги в България и големите книжарски вериги играят при осмислянето на промените в българското книгоиздаване. Анализира се дали се наблюдава увеличаване на продажбите и каква част от продукцията принадлежи на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Посочена е съществената роля на петте издателства в този процес, както и жанрово-тематичните направления, които предизвикват най-голям интерес сред читателите. Акцентира се върху определени качества на произведенията, които водят до по-големи продажби. Статистическите данни и годишните класации на книжарските вериги онагледяват възхода на съвременната българска проза и предпочитанията на читателите. Така се изгражда ясна представа за техните жанрови и стилкови изисквания, установява се, че на книжния пазар има интерес към тематични направления като фентъзи, криминална литература, социално-психологически и исторически романи. Все повече се налагат и сборниците с разкази. „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” инвестират средства в производството и разпространението на произведения с такива характеристики, което ги превръща в лидери на книжния пазар. Те активно развиват своите рекламни отдели и извършват внимателен подбор на заглавията на база на маркетингови проучвания сред читателите. Усъвършенстването на маркетинговите и рекламните подходи помага продукцията на петте издателства да се превърне в търсена на книжния пазар. „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” се променят в унисон с читателските предпочитания, но продължават да съчетават в своите практики внимателен подбор на заглавията с високи стандарти за качество. Те инвестират в появата на нови отдели и изграждането на по-добра комуникация между издатели, писатели и читатели. Изложеното във втора глава от дисертационния труд добавя още една културологична перспектива при доказването на изследователската теза.

Трета глава се фокусира върху медийното отразяване на съвременна българска художествена литература в специализирани предавания на обществените аудиовизуални медии. Анализът на медийната рефлексия на продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” изгражда представа за принципите на медийно отразяване в обществената телевизия и радио, както и за предаванията, които

обръщат внимание на българската проза. Изяснени са особеностите на обществените аудиовизуални медии, функциите и принципите на медийна политика. Анализирани са взаимодействието между съвременни издатели, писатели и медии. Очертават се тенденциите относно начините, по които обществените медии постигат баланс в отразяването на литературно съдържание. За разлика от частните медии, които ограничават рефлексията си върху произведенията на художествената литература и се стремят да представят издания, популярни сред читателската публика, при обществените медии се наблюдават други стандарти за медийно отразяване. Те следват самостоятелна политика и сами определят критериите, по които да представят даден автор или произведение. Залага се на разнообразна медийна рефлексия, като се излъчват репортажи от премиери, интервюта с писатели и издатели или дискусии с литературни критици. Представени са тематичните направления, към които са насочени отразените в предаванията на Българската национална телевизия и Българското национално радио творби. Проследява се изграждането на стойностна комуникационна връзка между „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” и литературните предавания. Акцентира се върху принципите, които определят дали даден автор и произведение да бъдат отразени в обществените аудиовизуални медии. Успоредно с това се изяснява понятието обществени медии и се проследява хронологията на аудиовизуални предавания за художествена литература, излъчвани в БНТ и БНР през анализирания времеви отрязък. По този начин се установява, че изграждането на добра комуникационна връзка между аудиовизуалните медии и издателствата е една от най-важните трансформации в тяхната професионална политика. Изясняват се и тенденциите в съвременния книжен пазар и в какви тематични направления е необходимо да инвестират „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”, за да постигнат успех сред читателите. Акцентът върху медийната рефлексия на обществените медии спрямо българската продукция на петте издателства придава допълнителна дълбочина на изследването. Чрез анализа на медийното отразяване се определят основните причини за променената нагласа спрямо българската художествена литература сред читателската публика и издателите. Медиите са разгледани като един от основните източници на подкрепа за популяризиране на съвременната българска проза.



Четвърта глава е базирана на проучените печатни и онлайн издания. Тяхната медийна политика и отношението им към произведенията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” показват, че тези медии значително допринасят за нарастващото разпространение на българската проза. Печатните и онлайн издания притежават различни принципи на работа и стандарти за качество. Изследването им подчертава факта, че те използват разнообразни подходи, за да удовлетворят предпочитанията на аудиторията. Обект на анализ са медии с дългогодишни традиции, които притежават лоялен читателски контингент и се отличават с оригинални идеи в медийната рефлексия. Разгледано е взаимодействие между тях и продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” през 2010–2017 г. Установява се, че печатните и онлайн издания постигат баланс в представянето на високохудожествена и масова литература, като допринасят за тяхната популярност сред читателите. Те извършват подбор на отразяваните заглавия, така че те да съответстват на професионалната политика на медиите, интересите на читателската публика и изискванията на книжния пазар. Друга особеност е, че печатни издания като всекидневниците „Стандарт” и „24 часа” имат дългогодишни традиции, докато онлайн медиите тепърва се налагат в публичното пространство. Ежедневниците обръщат по-специално внимание върху книгите на „Сиела” и „Жанет 45”, докато специализираните печатни издания като „Литературен вестник”, „Култура” и „Капитал Лайт” имат предпочитания към по-малко известни автори, чиито произведения се отличават с художествени качества и интригуваща проблематика, но нямат активно маркетингово и рекламно присъствие. Анализите установят разликите в медийната политика на специализираните печатни издания и онлайн медиите. Очертават се техните принципи на работа и професионално развитие, както и различните им подходи за налагане на присъствие в медийния сектор. Четвърта глава доказва, че издателствата настояват тяхната продукция да бъде отразена по атрактивен и качествен начин. Повечето медийни представяния се осъществяват чрез критически рецензии. Литературната критика има възможност да се изяви като коректив, който подпомага цялостното развитие на българската проза. Важно е да се отбележи, че взаимодействието между медийна рефлексия и съвременна българска проза не е било обект на анализ в други проучвания. Този аспект от дисертационния труд може да послужи за надграждане на други научни изследвания в тази област и да обогати медийното и издателското поле.

Независимо от своите индивидуални специфики, анализите, направени в четирите глави на дисертационния труд, помагат да се докаже изследователската теза.

Заключението на научното изследване съдържа кратък обзор и обобщение на променените стратегии при издаването на българска художествена литература през 2010–2017 година, обуславящи нейния възход. В него са включени изводите от всяка глава и се установява дали са изпълнени целта и задачите на дисертационния труд.

Изследването на издателските практики показва, че наличието на различни комуникационни канали влияе значително върху развитието на книжовния сектор у нас. Промяна в това отношение се забелязва още в началото на новото хилядолетие, но резултатите от нея стават по-явни в периода 2010–2017 година. През този времеви отрязък издателствата разширяват своето взаимодействие с други професионални сектори и инвестират в творческите експерименти на литературното поле. Развиват се маркетинговите проучвания на читателските предпочитания, инвестира се в реклама и медийно отразяване. На българския книжен пазар се утвърждава ново поколение автори, които пишат за съвременния начин на живот и не се притесняват да експериментират в различни жанрове и стилове. Българската книга се превръща в търсен и предпочитан продукт от читателите, което стимулира издателствата да инвестират все повече средства в нейното публикуване и разпространение. Разнообразните заглавия от масовата и високохудожествената литература определят посоката в професионалното усъвършенстване на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива”. Това ги доближава до международните стандарти за качество и подбор на заглавията. Подновеният и все по-разширяващ се интерес към съвременната българска художествена проза през 2010–2017 г. я превърна във важен сегмент от българското книгоиздаване. Анализът на продукцията на „Сиела”, „Жанет 45”, „Хермес”, „Колибри” и „Рива” доказва, че те са едни от стожерите в нейното публикуване. Техният подбор на автори и заглавия демонстрира тематично разнообразие и възможности за висока пазарна реализация.

Динамичните процеси в родното книгоиздаване определят сложни сюжети в неговото развитие. Изследването показва, че издателският интерес към съвременната българска проза е постоянен и има поле за неговото проблемно-тематично развитие. Важно е издателите и авторите да познават добре спецификите на своите роли и да

изградят качествена комуникационна връзка помежду си. По този начин те ще развият професионалния си потенциал и ще работят заедно в името на обща цел – качествена българска книга, която удовлетворява предпочитанията на читателската публика. Българското книгоиздаване и българската художествена проза ще продължат да се развият, но тяхното взаимодействие трябва да се засилва с времето, за да може да се увеличи качеството на крайния книжен продукт и той да бъде конкурентоспособен и дори да изпреварва преводните издания. Това ще ни помогне да се наложим като държава със стойностни постижения на съвременната международна литературна карта.

## Приноси на дисертационния труд

Приносите на дисертационния труд към науката и приложната сфера в областта на книгоиздаването са следните:

1. Проведено е **първото емпирично проучване между български издатели посредством анкета с отворени и затворени въпроси**, фокусирано върху предизвикателствата, трансформациите и възхода на българското книгоиздаване при публикуването на българска художествена литература. Респондентите са управляващи и редактори в по-големи и по-малки издателства, които практикуват публикуването на българска проза. Получените отговори служат за доказване на изследователската теза.
2. Изследва се пазарното поведение на съвременната българска книга чрез библиометричен анализ. Поставя се акцент и върху рекламните кампании на определени издателства.
3. Настоящият дисертационен труд е първи опит за цялостно изследване на издателските практики при публикуването на съвременна българска проза през второто десетилетие на XXI в. В този контекст **може да послужи като отправна точка за нови научни разработки и да обогати теоретичните и практическите познания** на студентите и работещите в полето на книгоиздаването и художествената литература.
4. Направен е опит за **прецизно определяне на понятията „книгоиздаване”, „издател”, „писател” и „художествена литература”**. Дисертационният труд се фокусира върху техния смисъл и конотативното им значение, свързани с важни характеристики и употреби в издателския бизнес.
5. Представен е подробен анализ на **водещите имена на писатели в съвременната българска художествена литература и на издателствата, които ги публикуват**. Фокусът е върху издателствата, които инвестират в публикуването и разпространението на съвременна българска проза в края на XX и началото на XXI в. Открити са лидерите на книжния пазар и са анализирани техните издателски политики, подборът на заглавия, маркетингови и рекламни подходи, както и взаимодействието им с печатните, аудиовизуалните и интернет медиите. Обстойно са разгледани творческите отношения между издател-редактор-автор.

6. Направен е исторически обзор на събитията в родното книгоиздаване в края на XX и началото на XXI в. **Анализират се предизвикателствата и трансформациите, през които преминават изследваните издателства при публикуването на българска проза.** Проследява се тяхното развитие, работна среда и промените в политиките им през годините, за да се наложат като лидери на книжния пазар. Сравняват се издателските практики при издаването на българска проза през 90-те години на XX в. с модерните стратегии в родното книгоиздаване. Изгражда се цялостната картина на съвременния издателски бизнес.

### **Списък с публикациите на Жана Попова по темата на дисертационния труд**

1. Визуални тенденции в коричното оформление на съвременни български романи през 2013-2017 година. - Годишник на Факултет по журналистика и масова комуникация, 2018 година.
2. Българското книгоиздаване и българската художествена литература през 2017 година – специфики и тенденции. - Електронно научно списание „Медиалог”, брой 4, 2018 година, линк: <https://www.medialog-bg.com/?p=1514>.
3. Българският роман през 2017 година – специфики и прояви. - Сборник с доклади от Първа докторантска конференция „Млади изследователи”, издаден от Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 2018 година.
4. Българският роман през 2016 година – тенденции в издателските практики. - Сборник с доклади от научна конференция „Съвременни методи и методики за научни изследвания”, издаден от Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 2019 година.
5. Медийно отразяване на съвременната българска художествена проза в „Библиотеката” през 2017 година. - Сборник с доклади от Втора обща докторантска конференция „Млади изследователи”, издаден от Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 2019 година.
6. Digital media representation of foreign and Bulgarian novels in 2012 – 2017. - Сборник с доклади от научна конференция „The 6<sup>th</sup> Young Scholars Forum on Central and South East Europe”, организирана от The Institute for the Danube Region and Central Europe. Заглавие на сборника „Der Donaauraum”, брой 1-2, 2019 година.
7. Българската художествена проза в „Библиотеката” през 2017 година – специфики на медийна рефлексия. - Докторантски годишник на Факултет по журналистика и масова комуникация, 2019 година.

### **Списък с други публикации на Жана Попова**

1. Специфики и характеристики на уроците по литература за 12.клас в платформата „Уча.се”. - Сборник с доклади от международна научна конференция „Педагогическата комуникация: настояще и бъдеще”, издаден от издателство „Фабер”, 2018 година.

2. Media literacy – definitions, history and methods. Analysis of media literacy in Bulgaria. - Сборник с доклади от международна научна конференция „Second International Media Literacy Research Symposium”. Заглавие на сборника – „The Journal of Media Literacy. Praxis & Partnership”, Volume 65, Number 1 & 2, 2018 година.

#### **Участия в научни форуми**

1. Факултетен семинар „Медии, комуникации, традиционно и дигитално публикуване”, организиран от катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване”. Тема на доклада – „Българското книгоиздаване и българската художествена литература през 2017 година – специфики и тенденции”. Място на провеждане – Факултет по журналистика и масова комуникация, ноември, 2017 година, град София.
2. Международна научна конференция „Педагогическата комуникация: настояще и бъдеще”, организирана от Център за обучение и квалификация на педагогическите специалисти ООД и Институт по реторика и комуникации. Тема на доклада - „Специфики и характеристики на уроците по литература за 12.клас в платформата „Уча.се””. Място на провеждане – Национален дворец на децата, февруари, 2018 година, град София.
3. Обща докторантска конференция „Млади изследователи”, организирана от Докторантски център „Св. Климент Охридски”. Тема на доклада – „Българският роман през 2017 година – специфики и прояви”. Място на провеждане – Ректорат на Софийски университет „Св. Климент Охридски”, февруари, 2018 година, град София.
4. Научна конференция „Съвременни методи и методики за научни изследвания”, организирана от СУ „Св. Климент Охридски”. Тема на доклада – „Българският роман през 2016 година – тенденции в издателските практики”. Място на провеждане – кампус „Изток” на Философски факултет на СУ „Св. Климент Охридски”, март, 2018 година, град София.
5. Международна научна конференция „Second International Media Literacy Research Symposium”, организирана от Sacred Heart University и CIAC – Algarve University. Тема на доклада - „Media literacy – definitions, history and methods. Analysis of media literacy in Bulgaria”. Място на провеждане – Calouste Gulbenkian Foundation, април, 2018 година, град Лисабон.

6. Факултетен семинар „Медии и комуникации – трансформации, култури, политики”, организиран от катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване”. Тема на доклада – „Медийно отразяване на съвременната българска художествена проза в предаването „Денят започва с култура” по БНТ през 2017 година”. Място на провеждане – Факултет по журналистика и масова комуникация, ноември, 2018 година, град София.
7. Международен научен форум „6<sup>th</sup> Young Scholars Forum on Central-and South East Europe”, организиран от The Institute for the Danube Region and Central Europe (IDM), Vienna и Stadt Wien. Тема на доклада – „Digital media representation of foreign and Bulgarian novels in 2012 - 2017”. Място на провеждане – Europa Haus Wien, ноември, 2018 година, град Виена.
8. Втора обща докторантска конференция „Млади изследователи”, организирана от Докторантски център на Софийския университет. Тема на доклада – „Медийно отразяване на съвременната българска художествена проза в предаването „Библиотеката” през 2017 година”. Място на провеждане – Ректорат на Софийски университет „Св. Климент Охридски”, февруари, 2019 година, град София.
9. Факултетен семинар „Хуманитаристика, която обединява. Какво е бъдещето ѝ?”, организиран от Факултет по журналистика и масова комуникация. Тема на доклада – „Денят започва с култура” – специфики на медийната рефлексия през 2017 година”. Място на провеждане – Ректорат на Софийски университет „Св. Климент Охридски”, февруари, 2020 година, град София.