

УЧЕБНО-ПОМОЩНИ ПОРЕДИЦИ НА ЛИТЕРАТУРНАТА КЛАСИКА – СТРАТЕГИЧЕСКИ ИЗБОР НА ИЗДАТЕЛЯ

Малина Димитрова

Университетска библиотека
Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме. Статията разглежда учебно-помощните издания на литературната класика в контекста на издателската и образователната политика на база готова издателска продукция, която е в обращение на пазара в периода 1990 – 2014 г. Анализът се състои в съпоставката на вътрешните елементи – подбор на текстовете, разположение на приложенията и принципи на текстологическа подготовка, което ни позволява да ги разделим в две големи групи.

Конвенционални – характеризират се с цялостна структурна и жанрова хармоничност между компонентите на всеки том от поредицата.

Комерсиални – характеризират се със занижено качество на редакторско-съставителската дейност.

Двете тенденции показват същността на издателските избори, които варират в широк диапазон и ни позволяват да говорим за различия между тези, на пръв поглед, идентични издателски продукти.

Keywords: literary-artistic book publishing; literary classics; publishing series; literary education

Появата на този текст е провокирана от големия брой поредици на учебно-помощни издания на литературната класика, които са в обращение на пазара в периода 1990 – 2014 г. През разглеждания период различни издателства със сходен продуктов асортимент предлагат своя прочит на класическата литература и в различна степен изданията им подпомагат ученика и разширяват възможностите му за анализ и интерпретация на текстовете. На пръв поглед, въпросът насочва към учебно-помощната функция на поредиците, но поставяме акцент върху редакционно-издателския процес чрез анализ на оригиналността на редакторските концепции, принципите на структуриране на поредиците, подбора на паратекстовете и функциите на познатите ни поредици. Това ни позволява да ги разделим в две големи групи.

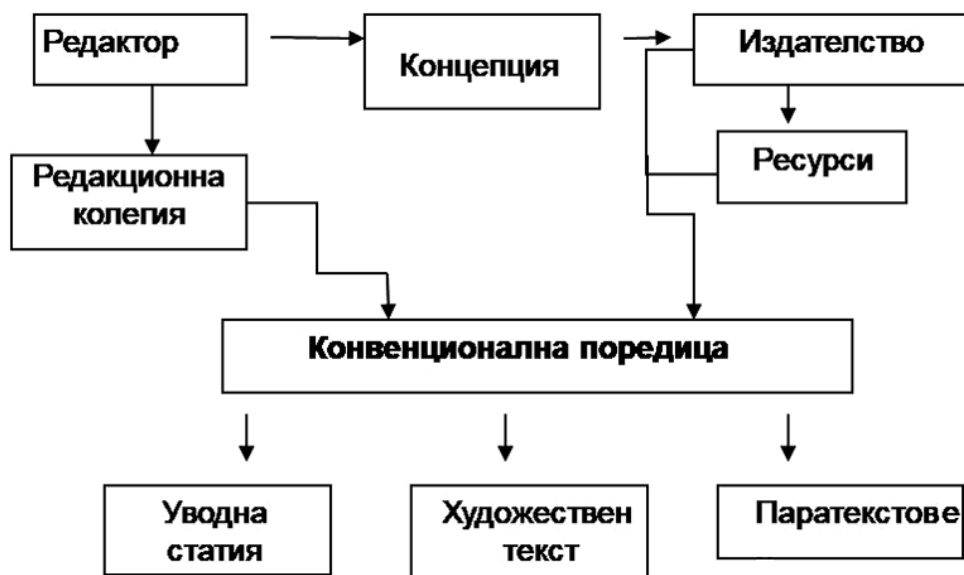
Първата група поредици са обмислени проекти, придържащи се към установените в практиката правила и елементи. Тях определяме като **конвенционални**: („Малка ученическа библиотека“ – „Слово“; „Класиците в училище“ – „Слово“; „Критически прочити и коментари“ – „Слово“; „Българският канон“ – „Анубис“; „Европейският канон“ – „Анубис“; „Книги за ученика“ – „Пан“; „Библиотека на ученика“ – „Скорпио“; „Нова библиотека за ученика“ – „Просвета“; „Класика за ученика“ – „Ариадна“; „...в 64 страници“ – „Страница“).

Конвенционалните поредици залагат на детайлен анализ и интерпретация, като по този начин формират система от приложения и предговори. Този подход развива представата за литературата, която може да подпомогне личностното и литературното развитие на ученика. Поредиците осигуряват добра основа за интерпретация и така са полезни на читателската си аудитория. Цялостната интерпретация в тях отговаря на едно по-високо ниво на читателска подготовка. Стремешът на редакторските екипи е ориентиран към включване на елементи в структурата, с помощта на които се предоставят знанията за литературата чрез аргументи, интерпретации, фактология. Така поредиците могат да бъдат ползвани като подпомагащи или проблематизиращи по определен начин четенето на съответния автор. В рамките на този конвенционален модел се изгражда представата за художественото произведение и се прави възможно постигането на литературно познание. Моделът се превръща в успешна издателска стратегия.

Издателите споделят целите и задачите, които влагат в поредиците си: „мисълта, че можем да сме полезни на голяма група читатели, най-вече учащи, при това най-трудолюбивите и амбициозните от тях, наистина заслужава усилията и финансовите рискове“⁽¹⁾. Те демонстрират привързаност към установените в практиката структурни елементи, спазват основните дидактически принципи, като акцентират върху изискванията за последователност, достъпност (от простото към сложното), системност. Всички структурни елементи следват строга последователност в цялата поредица. По този начин обмисленият подход се развива благодарение на издателската амбиция да се придвижи до пазара стойностен продукт.

В някои от изследваните конвенционални поредици присъства и водещ поредицата редактор, като се наблюдава следната закономерност: колкото повече специалисти работят над поредицата, толкова по-сложна, съдържателна и функционална е тя. Това е една от основните им характеристики. В тази издателска практика проф. Бенбасат вижда утвърждаване и институционализация на самата поредица.⁽²⁾ По този начин издателите съумяват максимално да постигнат целите си както на ниво функционалност на издателския продукт, така и на ниво пазарен успех.

Конвенционалните учебно-помощни поредици са отворена структура, която поставя в основата си комуникацията с ученика и интерпретацията на



Фигура 1. Конвенционални поредици

художествените текстове. В този смисъл, ролята им не е просто образователна, но и обществена, те „правят усилие да компенсират несъвършенствата както на програмата [...], така и недостатъчната адекватност на методическия апарат в някои от учебниците“⁽³⁾. В тях се срещат различни гледни точки. Замисълът се доближава до този на научните издания на литературната класика. Представените литературно-критически позиции въвеждат ученика в различни тълкувателни стратегии, а крайният потребител в зависимост от личните си нагласи ще може да се запознае и с художествения текст, и с различни негови интерпретации. Конвенционалните поредици следват ДОО и УС по БЕЛ и поради това влизат в диалог с уроците по литература като допълващ учебника продукт.

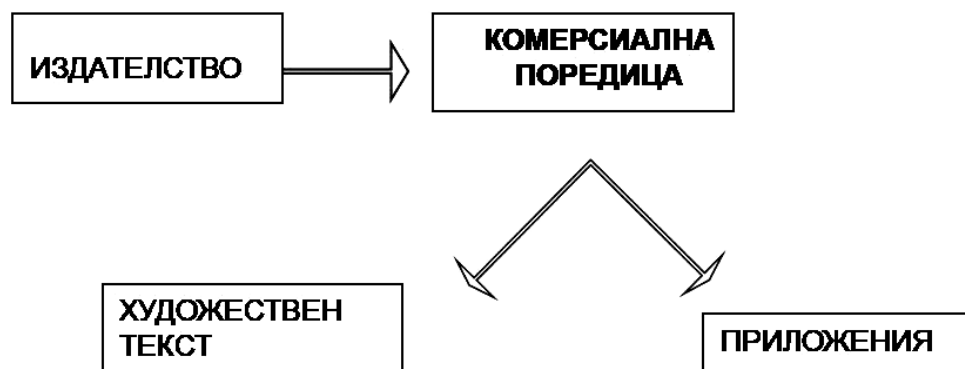
Успоредно с конвенционалните поредици на пазара се появяват и друг вид, **комерсиални** поредици, които са с по-различна структурно-съдържателна конструкция и справочен апарат: („Златна библиотека“ – „Бриз“; „Училищна библиотека“ – „Д. Яков“; „Библиотека за ученика“ – „Отечество“, 1992 г.; „Българска класика“ – „З. Стоянов“; „Ключът към класиката“ – „Труд“ и „Клиф Нотс“).

Те се различават и в останалите си параметри, като адрес, функции, цел. Частично структурата им се припокрива с конвенционалните поредици. И при тях съдържанието се определя от учебните програми по литература, причисляват себе си към учебно-методическия комплект, спадат към материалите

за самостоятелна работа на учениците. Това им позволява да се припознаят като „добър помощник на учениците в подготовката им за зрелостния изпит и в дейностите по проверката и оценката на тяхната работа в процеса на обучението“⁽⁴⁾. Но те предоставят по-ниска степен на знания, което не им пречи да се радват на търговски успех поради добра реклама и успешни маркетингови стратегии, използвани от издателите им.

В комерсиалните поредици основните характеристики: *учебни*, като съдържащи в себе си основни образователни цели; и от друга страна, *помощни*, като допълващи учебника издания, които допринасят за разширеното и задълбочено усвояване на материала, са размити и почти отсъстват. Това ни дава основание да ги наречем още поредици на липсата и отсъствието.

В комерсиалните поредици (фиг. 2) се вижда липсата на основни моменти от редакционно-издателската подготовка.

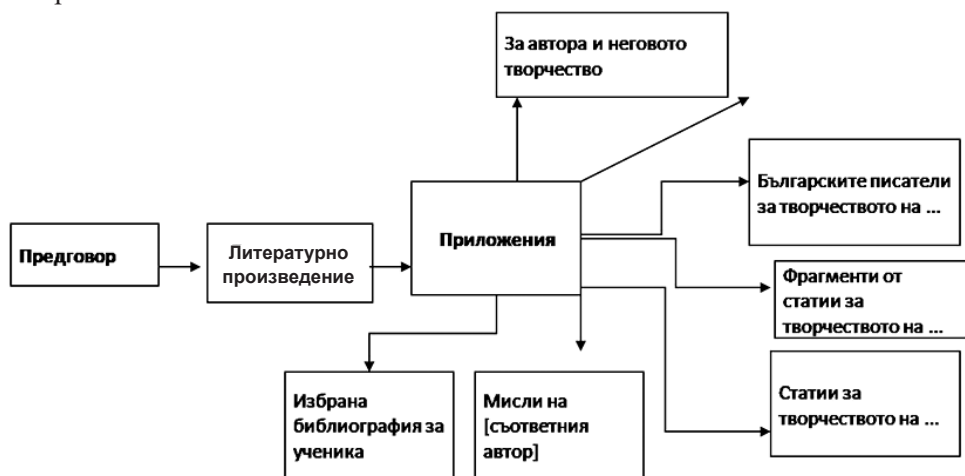


Фигура 2. Комерсиални поредици

Основната икономическа цел поставя широк спектър от въпроси и проблеми. Поредиците са превърнати в продукти за широка употреба. На тях издателите гледат като на доходен бизнес. Тук трансформацията, за която говори проф. А. Бенбасат, на високата литература в масова книга практически е реализирана. „Това пак е високата литература, респективно литературна класика, но издавана (преиздавана) вече в масови тиражи с меки корици, в удобни формати, оформяни обикновено в поредици/сери и продавана на ниски цени.“⁽⁵⁾

Една от основните причини, поради която разглеждаме тези поредици като комерсиални, е липсата на екипен труд на специалисти от различни области, които обединяват компетентностите си. В случая с комерсиалните поредици резултатът от работата на неспециалистите, липсата на редактор, инертността и некомпетентността веднага се забелязват. Осезаема също така е и липсата на практикуващи учители или литературоведи, а непознаването на ДОО на-

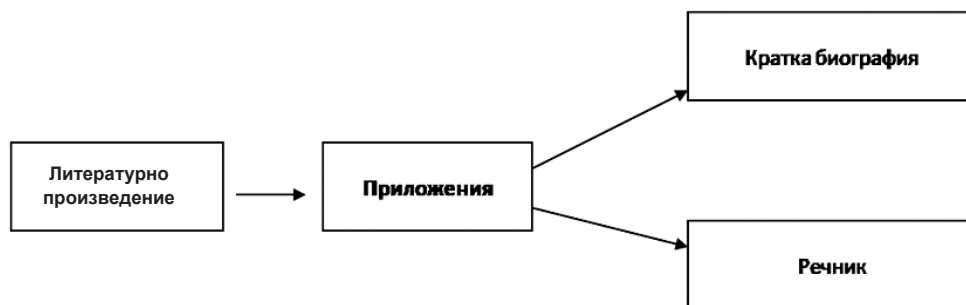
рушава функционалността на поредиците. Като сериозни последици можем да посочим формалното отношение към редакционния процес, спестяването на средства от коригиране, редактиране и оформление. Липсата на водещ поредиците редактор и редколегия, липсата на ясна методологическа система за структуриране на отделните елементи в поредицата предполага и отсъствието на издателска концепция като основен подход. За съжаление, това не са случайни явления, а налагаща се практика, която дискредитира както цялостния редакционно-издателски процес, така и издателската институция. Друг важен проблем е този за паратекстовите елементи: критически текстове, справочен апарат, речници. Апаратът е нужен, за да отличи този вид издания като надграждащи и дава възможност да ги идентифицираме и потърсим в потока от останалите издания. В класическата схема (фиг. 3), която се използва при конвенционалните учебно-помощни литературни поредици, томчето е разделено на три части:



Фигура 3. Структура на конвенционалните поредици

Комерсиалните поредици подменят структурата, учебно-помощната функция, целите на издаване на поредиците. При тях се наблюдават несъответствие на разделите и несъвместимост в тяхното съдържание, отсъствие на единство при оформянето на структурните елементи. Отсъствието е доказателство за ниското ниво на издателската продукция. Трябва само да отбележим, че и в двата случая има търсени и умишлено следвани издателски стратегии. Концепцията при комерсиалните поредици е заимствана от конвенционалните, но е възпроизведена неправилно. При комерсиалните (фиг. 4 и фиг. 5) всяко томче от поредицата се състои от две отделни части. Първата е художествени-

ят текст. Що се отнася до втората, която най-общо можем да определим като информационна, в някои от поредиците тя липсва (напр. „Златна библиотека“ – „Бриз“; „Библиотека на ученика“ – „Отечество“, 1992 г.). В комерсиалните поредици структурата е максимално опростена.



Фигура 4. Структура на комерсиалните поредици

или:



Фигура 5. Разновидност в структурата на комерсиалните поредици

Паратекстовете и справочният апарат са елементи с функционален статус, имат определени задачи и придават значимост на изданието. Като недостатък можем да посочим още некачествено подготвления, с неправилен или случаен подбор на материалите паратекстов апарат на поредиците. Очевидно е, че структурирани по този начин, комерсиалните поредици, като масов продукт, няма да окажат необходимия ефект върху читателя и да влязат в диалог с него. В същото време, избирайки стратегическа система от пазарноориентирани приоритети, се нарушават определени държавни образователни изисквания и по този начин се накърнява институционалността им. Държавните образователни изисквания ясно дефинират целите и задачите пред учебните помагала, за да се превърнат те в част от литературното образование. Утвърдените на институционално ниво и в издателската практика характеристики тук отсъстват. Паратекстовете са подменени с опростена справочна информация. Поредиците не могат да се похвалят нито с високо ниво на редакторска и текстологична подготовка, нито с образователни ценности и актуалност.

Основният елемент, който носи надграждащата информация – литературно-критическата статия, в комерсиалните поредици липсва. Общата тенденция е да се представят фрагменти от обзорите на утвърдени имена. В приложенията тя е подменена с фрагменти (напр. „Българска класика“ на ИК „Захари Стоянов“) от статии на известни (от миналото и вече не между нас) литературни критици за автора и творчеството му. Функцията им е да предоставят възможност за различни подходи към литературното произведение. Въпреки това фрагментарността е недостатък и изключва помощната функция на изданията. По този начин помагалото не реализира пълноценно своите приоритетни функции. Изгубен е балансът между различните интереси, които се срещат в концепцията, цел на издаване и употреба. Комерсиалните практики, които разглеждаме все по-често като „обичайна практика“ в книгоиздаването, водят до нарушаване на важни редакционни процеси и негативно влияние върху институцията издателство. Тази бърза промяна на традицията и стандарта в издаването на учебно-помощните издания, наложена от стремежите на издателите към увеличаване на пазарния дял и ръст в оборота, е сериозен недостатък в бранша.

Неизбежно възниква въпросът: какво мотивира издателите да използват фрагменти от литературно-критически статии? И по-конкретно – на доста по-стари и не съвсем актуални интерпретации на литературното произведение?

Предвид че са съставни издания, носител на авторското право тук е съставителят. Практиката при комерсиалните поредици налага тенденцията за издаване без отговорен редактор и съставители на отделните томовете. При някои от поредиците, ако фигурира име, то е на самия издател. Това означава, че издателството редуцира значително инвестициите си. И още един факт, доказващ основната цел на анализиранияте поредици. Законът за авторското право и сродните му права е предвидил условия, при които е допустимо да се използват свободно произведения, обект на авторско право: „Член 24 от ЗАПСП изброява случаите, в които е допустимо свободно използване на авторски произведения без съгласието на автора и без заплащане на съответно възнаграждение за това, като някои от тези изключения са от особено значение за целите на образованието. На първо място, допустимо е използването на цитати от вече разгласени произведения при критика или обзор. Задължително е обаче да се посочат източникът и името на автора“⁴⁶).

Сериозността на този проблем може да бъде осъзната едва когато споменем факта, че издателите не правят препратка към първоизточника на статията, част от която са използвали. Това е проява на некоректност и непрофесионализъм.

Тук наблюдаваме повишено внимание към бизнес резултатите и недостатъчно – към основополагащите редакционно-издателски дейности и стратегии. Като последици можем да изведем формализирането и обезличаването на

отделни редакторски и издателски дейности, които водят до трансформация и подмяна както в структурата, така и във функциите на поредиците. „Създаването и производството на учебници се превърна в открит печалбарски бизнес – един от най-грубите и вулгарно отчитащи „финансовите“ печалби на издателства и авторски колективи. Културният интерес не просто се пренебрегна, той изчезна.“⁷⁾ Комерсиалните поредици се превръщат в продуктови предложения, които удовлетворяват конкретно възникнали потребности на пазара, и в този смисъл биха могли да се разглеждат като функционални (за конкретната потребителска група) поредици. Предвид спада на интереса към четенето, и по-конкретно към задължителните автори и произведения, „в условията [...] на масовост на прагматичните нагласи заниманията с литература се превръщат във все по-голямо предизвикателство пред ученици и учители“⁸⁾. В този смисъл, комерсиалните поредици със своя фрагментарен характер предлагат „изгоди“ за своите потребители и това им дава възможност (със свойствата и характеристиките си) да се възприемат от тази категория потребители като желани и предпочитани.

В хода на структурния анализ се потвърди двойствената същност на учебно-помощните издания на литературната класика. Традиционните редакционно-издателски дейности са представени в различна перспектива: говорим за разновидност на концептуално, структурно-съдържателно и функционално ниво. Въпрос на избор е дали всички етапи в подготовката на поредицата ще бъдат осъществени, за да може издателят да гарантира качествен краен продукт, или усилията ще бъдат насочени към водещото очакване от тях – ефективност в контекста на пазарната икономика. Различните издателски решения (формирани на базата на редакторски концепции и върху не по-малко важните издателски стратегии), които варират в широк диапазон, ни позволяват да говорим за различия между тези на пръв поглед идентични издателски продукти. „Подходите са различни и резултатите – различни.“⁹⁾

Основният извод, до който стигаме, е, че тук става дума за конкурентоспособността на издателствата на продуктово ниво. Наличието (или отсъствието) на редакционни екипи в подготовката и издаването на учебно-помощните издания на литературната класика има изключително важна роля за постигане на лоялност между издателството и клиентите му. Решението е стратегически избор, направен от издателя.

NOTES/БЕЛЕЖКИ

1. Интервю с Венета Велкова – управител на „Ариадна“, София, 4 юли 2014 г.
2. Benbasat, 2010: 159 – 160.
3. Gerdzhikova, 1999: 36 – 40.

4. Predgovor. In: Hristomatia za darzhaven zrelosten izpit po balgarski ezik i literatura. Sofia: Damyan Yakov. [Предговор. 2008. В: Христоматия за държавен зрелостен изпит по български език и литература. София: Дамян Яков]
5. Benbasat, 2010: 35 – 37.
6. Петкова, Светозара. Свободно използване на произведения, защитени с авторски права, за целите на образованието. // <http://cd.svoboden.net/bg/copyright_edu.html> (03.05.2015)
7. Rasheva-Merdzhanova, 2011: 6.
8. Georgieva-Teneva, 2005.
9. Georgiev, 1992: 54.

REFERENCES/ЛИТЕРАТУРА

- Benbasat, A. (2011). *Banknoti i mechti mezhdu koritsite: Masova kniga i masovo knigoizdavane*. Sofia: Ciela [Бенбасат, А. (2011) *Банкноти и мечти между кориците : Масова книга и масово книгоиздаване*. София: Ciela].
- Benbasat, A. (2010). Velikotarnovskoto izdatelstvo “Slovo” – prevrashtane na provintsialnata media v natsionalna sreda (pp. 159 – 160). In: *Mezhdu traditsiyata i modernostta*. V. Tarnovo: Sv. sv. Kiril i Metodiy University Press [Бенбасат, А. (2010). Великотърновското издателство „Слово“ – превръщане на провинциалната медия в национална среда (с. 159 – 160). В: *Между традицията и модерността*. В. Търново: Св. св. Кирил и Методий].
- Georgiev, L. (1992). Konkursi, uchebno-pomoshtna literatura, biznes... *Balgarski ezik. i literatura*, 6, p. 54. [Георгиев, Л. (1992). Конкурси, учебно-помощна литература, бизнес... *Бълг. език. и литература*, 6, с. 54].
- Georgieva-Teneva, O. (2005). (Ne)chetene i kachestvo na literaturnoto obrazovanie. *Balgarski ezik. i literatura* (elektronna versia), 3. Elektronno izd. LiterNet, 28.09.2005. <<http://litternet.bg/publish4/ogteneva/ne.htm>> (11.05.2018) [Георгиева-Тенева, О. (2005). (Не)четене и качество на литературното образование. *Бълг. ез. и лит.* (електронна версия), 3. Електронно изд. *LiterNet*, 28.09.2005. <<http://litternet.bg/publish4/ogteneva/ne.htm>> (11.05.2018)].
- Gerdzhikova, M. (1999). Za uchebnitsite po literatura v srednoto uchilishte. *Balgarski ezik i literatura*, 6, (p. 36 – 40). [Герджикова, М. (1999). За учебниците по литература в средното училище. *Български език и литература*, 6, 36 – 40].
- Radev, I. (1993) Predgovor. In: *Almanah XI klas: Balg. lit. – literaturoznanie, ez., stil, metodika*. V. Tarnovo: Slovo. [Радев, И. (1993). Предговор. В:

Алманах XI клас: Бълг. лит. – литературознание, ез., стил. В. Търново: Слово]

- Rasheva-Merdzhanova, Y. (2011) *Ekspertnata kompetentnost na uchitelya v kompleksnata ekspertiza na uchilishtnia uchebnik.* (s.s. 11 – 12). In: *God. na SU Sv. Kliment Ohridski. Fak. po Pedagogika, kn. Pedagogika*, T. 103. [Рашева-Мерджанова, Я. (2011). Експертната компетентност на учителя в комплексната експертиза на училищния учебник. (с. 6). В: *Год. на СУ Св. Климент Охридски. Фак. по педагогика, кн. Педагогика*, Т. 103].
- Petkova, S. *Svobodno izpolzvanе na proizvedenia, zashtiteni s avtorski prava, za tselite na obrazovaniето.* // <http://cd.svoboden.net/bg/copyright_edu.html> (11.05.2018). [Петкова, С. Свободно използване на произведения, защитени с авторски права, за целите на образованието. // <http://cd.svoboden.net/bg/copyright_edu.html> (11.05.2018)].

THE EDUCATIONAL AIDS OF LITERARY CLASSICS – A STRATEGIC CHOICE OF THE PUBLISHER

Abstract. The article is reviewing the educational aids of classical literature in the context of publishing and education politics based on already published products that are in circulation on the market in the period 1990-2014. The analysis consists of a comparison of the internal elements such as selection of the texts, placing the application and textual preparation which allows us to divide them into two groups:

Conventional – this is characterized by a complete structural and genre harmony between the components of each volume in the series.

Commercial – characterized by the low quality of the editorial process.

Both groups show the nature of the publishing choices, which vary widely, and allow us to talk about differences between these seemingly identical publishing products.

✉ **Dr. Malina Dimitrova**

Head of Department “Coordination and Public Relations”
Sofia University Library „St. Kliment Ohridski”
15, Tsar Osvoboditel Blvd.
Sofia, Bulgaria
E-mail: malinapd@libsu.uni-sofia.bg