



# ИЗДАТЕЛ

НАУЧНО СПИСАНИЕ ЗА КНИГАТА

година XI

2009 / брой 1-2



## В БРОЯ

- СЪВРЕМЕННИТЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПЕЧАТНИТЕ КОМУНИКАЦИИ
- ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННАТА КАРТА НА НЕСТИНАРСКАТА ОБРЕДНОСТ
- ЕЛЕКТРОННИТЕ БИБЛИОТЕКИ
- ДЕБАТЪТ ЗА КУЛТУРНАТА СИТУАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ НОВОТО СТОЛЕТИЕ ПО СТРАНИЦИТЕ НА СП. "ПЛАМЪК"
- РОЛЯТА НА БИБЛИОТЕЧНИЯ МЕНИДЖЪР ЗА ФОРМИРАНЕ НА ЕФЕКТИВЕН ЕКИП
- ДЕНЯТ НА НАРОДНИТЕ БУДИТЕЛИ И СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗМЕРЕНИЯ НА БУДИТЕЛСТВОТО
- 120 ГОДИНИ НАРОДНА БИБЛИОТЕКА "П. Р. СЛАВЕЙКОВ" - ВЕЛИКО ТЪРНОВО
- 150 ГОДИНИ ОТ РОЖДЕНИЕТО НА ПАТРИАРХА НА БЪЛГАРСКАТА МОДЕРНА БИБЛИОГРАФИЯ
- ПОЛИТИКА И КНИЖОВНОСТ В СРЕДНОВЕКОВНА БЪЛГАРИЯ XII-XIV ВЕК
- КНИГОИЗДАТЕЛСКИ ДЕЙНОСТИ
- ДЕН НА ОТВОРЕНИТЕ ВРАТИ В СВУБИТ
- РЕЦЕНЗИИ

## ДИРЕКТОР

проф. д.ик.н. Стоян Денчев

## РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

### Главен редактор

доц. д-р Лъчезар Георгиев

проф. д-н Пламен Легкоступ

проф. д-н Иван Стоянов

доц. д-р Стефан Коларов

проф. д-н Мария Младенова

### Графичен дизайн

Иван Иванов

### Технически редактор

Райна Карабоева

### Коректор

Цветанка Рашкова

### Научни консултанти

проф. д-н Ани Гергова

проф. д-р Анчо Калоянов

ISSN 1310-4624



5000 Велико Търново  
ул. „Теодосий Търновски“ № 2,  
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“



1784 София  
бул. „Цариградско шосе“ № 119  
Специализирано висше училище по  
библиотекознание и информационни технологии



# ИЗДАТЕЛ

## НАУЧНО СПИСАНИЕ ЗА КНИГАТА

ГОДИНА XI, № 1-2, 2009

ВЕЛИКОТЪРНОВСКИ УНИВЕРСИТЕТ

„СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“

СПЕЦИАЛИЗИРАНО ВИСПЕ УЧИЛИЩЕ

ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

### Съдържание

Лъчезар Георгиев. Съвременните предизвикателства пред печатните комуникации .....	2
Стоян Денчев, Александра Куманова, Никола Казански, Николай Василев. Изследване на информационната карта на трансмисиите на култура в нестинарската обредност ... ..	16
Иванка Павлова. Електронни библиотеки – модел за измерване и оценка на качеството за контрол за достъп .....	33
Христина Христова. Дебатът за културната ситуация в България през новото столетие по страниците на списание “Пламяк” .....	35
Добринка Стойкова, Тая Тодорова. Мениджмънт и публична комуникация на проект .....	39
Събина Ефтимова, Елена Игнатова. Ролята на библиотечния мениджър за формиране на ефективен екип .....	45
Кристина Върбанова-Денчева. Денят на народните будители и съвременните измерения на будителството .....	48
Издавател. 120 години Народна библиотека “П. Р. Славейков” – Велико Търново .....	49
Донка Правдомирова. 150 години от рождението на патриарха на българската модерна библиография .....	51
Стефа Асенова. Политика и книжовност в Средновековна България XII–XIV век .....	56
Стоян Денчев, Александра Куманова. Мелодия за пътешествието в света на книгата или онтология на хуманитарното познание .....	59
Книгоиздателски дейности на неправителствената организация Сдружение “Роден край” .....	66
Мария Младенова. Дигитална конверсия и необратими тенденции във функционалната трансформация на библиотеките .....	68
Пламен Трайков, Мехмед Исмаил, Калина Велкова, Жулиета Желева. Ден на отворените врати – V студентска научна конференция и изложба на СВУБИТ .....	70





## СЪВРЕМЕННИТЕ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ПЕЧАТНИТЕ КОМУНИКАЦИИ

Доц. г-р Лъчезар Георгиев

На 11 юни 2009 г. във Велико Търново се проведе Национална научна конференция за книгата, печатните комуникации и регионалните медии „**Между традицията и модерността**“. Големият научен форум беше организиран във връзка с проекта на катедра „Библиотекознание и масови комуникации“ при Стопански факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, под наслов „**Регионалните медии като фактор на влияние върху гражданските ценности**“. Пленарен доклад на тема „Съвременните предизвикателства пред печатните комуникации“ изнесе доц. г-р Лъчезар Георгиев – ръководител на катедрата и научен ръководител на научноизследователския проект. Със свои доклади участваха още преподаватели от катедрата, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Специализирано висше училище по библиотекознание и информационни технологии, СУ „Св. Кл. Охридски“, библиотечни и информационни специалисти от Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий“, представители на регионални медии. Материалите от конференцията предстои да излязат от печат в самостоятелен научен сборник в началото на 2010 г.

Настоящият текст представя водещия пленарен доклад на научната конференция с автор доц. г-р Лъчезар Георгиев.

В съвременните печатни комуникации, подобно на някакъв магичен кръг, се завъртат важни за обществото и света компоненти – книгата и книгоиздателските дейности, печатарската индустрия с нейните конвенционални и модерни проекции, съвременният периодичен печат с впечатляващото си видово, графично и жанрово разнообразие, дейности по разпространение на пьстрата палитра от книжнина, за да достигнем и до институциите, организациите, свързани с книжовните дейности – културните и просветните ведомства, библиотеките, творческите и професионалните съюзи, влияещи върху днешния ход и развитието на книгата, периодиката, издателския бизнес. Хиляди специалисти, ангажирани творчески и производствено с печатните комуникации, са приели нелекия, динамичен, изпълнен с разнообразни предизвикателства живот като своя съдба и житейска мисия. Мнозина всеотдайно и без излишна показност са се отдали на работа „в полза роду“ и за националния просперитет на книжовността, изградили са и изграждат творчески екипи, разработват нови концепции, опиянени от магията на нови нестандартни решения, погълнати от емоциите

на текстовия дизайн, оптичeskия журнализъм и модерните графични решения за своите издания.

Но кои са тези съвременни предизвикателства, които шестват между добрата традиция и модерността? Колкото и да изглежда непосилна задача в рамките на краткото ни време, ще се опитам да очертая някои от тях.

Модерното време наложи да се съобразяваме с фактори, които допреди десетилетия щяха да изглеждат невъзможни и дори непонятни. Ще дам един пример. До 80-те години на XX век британското книгоиздаване е съсредоточено в Обединеното кралство и основно е притежание на англичади. То обаче разполага с големия световен пазар, постепенно се дислоцира върху него и благодарение на разширяващата се популярност и традиционните комуникации с бивши колонии и англоезични държави достига 40 на сто от износа на книжна продукция при една силна конкуренция с американското книгоиздаване. Но за да се преодолее острата конкуренция, вследствие на конгломерацията и глобализацията започва *окупняване и изграждане на нов тип корпорации*. Някои се изграждат в рамките на

страната, както се случва със *сливането* на британските издателства „Пенгуин“ (Penguin) и „Лонгман“ (Longman) в „Пиърсън Груп“, включваща в себе си крупна верига от издателства и провинционални вестници<sup>1</sup>. В голямата си част обаче новите световни компании имат американски произход. Тъкмо в САЩ се извършват и по-значимите поглъщания и сливания, както е случаят с „Тайм Уорнър“ (Time Warner), включваща уязвими на икономическите сътресения издателства, но на практика доминирана от мощната световен интернет доставчик „Америка он-лайн“ (America On-Line). Немската „Бъртълсман груп“ (Bertelsman Group) пък придобива създаденото още през XIX век американско издателство „Рендъм Хаус“ (Random House), а известното в САЩ издателство „Харпърс“ (Harpers) при сливането си с английското „Колинс“ образува нова издателска структура: „Харпър Колинс“ (Harper Collins), притежание обаче на мултикомпанията на Рупърт Мърдок „Нюз Корпорейшън“ (News Corporation), считана за крупна вертикално интегрирана медийна компания в световен план и показваща глобализацията на издателската индустрия<sup>2</sup>. Самата компания на Мърдок включва освен вестници и издателства, филмово производство, сателитни и кабелни телевизионни компании. Някои традиционни фамилни издатели пък запазват името си като символ на надежност и сигурност в издателския бизнес, но собствеността им преминава в съвсем неочаквани структури. Такъв е случаят с основаното още през 1843 г. от братята шотландци издателство „Макмилън“, чието фамилно име е запазено в 16 дъщерни фирми по света, но самата компания е притежание на немската фамилна корпорация *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrink*<sup>3</sup>. В структурата си днес тя включва дружества, профилирани в различни тематични направления – така **Pan Macmillan** предлага белетристични и художествено-документални издания за деца и възрастни; в издаването на академични и университетски книги в сферата на хуманитарното знание и бизнес науките се специализира **Palgrave Macmillan**; дружеството **Macmillan Education** е профилирано в поредици за обучението по английски и други издания с образователен характер; **Publishing Services** е дружество за разпространение и продажба на книги и периодика, информационни продукти и електронни издания; докато издаването на научни списания и справочници в областта на медицинските, природонаучните и техническите науки се осъществява от **Nature Publishing Group**.

Сред новите предизвикателства е и силната *комерсиализация* на издателската индустрия в глобален мащаб. От една страна, авторът постепенно губи

своето значение за окрупнения книжен бизнес, отстъпвайки своята роля на литературния агент, който се грижи за неговите интереси, преговаряйки с мултинационалните компании по въпроси за основните и допълнителните авторски права, във връзка с преиздания, филмиране, преводи на други езици, препечатки в периодични издания и пр. Комерсиализирането обаче се отразява в новата корпоративна среда и върху прецизността на редакторския труд. Експедитивността на задачите влиза в противоречие с редакторното качество и дори пренебрегва труда на редактора; довчерашните тематични посоки и доскорошните възгледи за добре изчистен текст отстъпват на ефектите от визуалната комуникация. Засегната е и репертоарната политика – предпочитат се лесно харчещи се на пазара издания – учебници, помагала за изучаване на чужд език (най-вече водещите европейски езици, биографии на популярни обществени личности, романи-бестселъри, детско-юношески книги от нашумели автори. И книготърговията не е отмината от сливанията и комерсиализацията. По-големите издателски компании залагат на контакти с търговците на едро, като предлагат по-големи отстъпки, но бързи и сигурни приходи без отсрочка; разширява се търговията и на поевтини книги с мека подвързия, които осигуряват бърз и надежден пласмент още при излизането на книгата.

Създава се и нов стил в продажбата на книги от страна на търговците на дребно. Тим Уотърстоун през 1982 г. открива своя книжарница в Лондон, формирайки нови правила в книжната продажба – неговата книжарница е светла, просторна, удобна за клиентите, а персоналът – млад, изпълнен с енергия, готов да дава обилна и компетентна информация за всяко притежавано издание. Самият мърчандайзинг се предлага в атрактивни форми. Традицията в предлагането на книги с мека и твърда подвързия е заличена в името на читателя. Следвайки иновациите в маркетинговото мислене, книжарниците се превръщат във важна и неделима част от големите търговски комплекси, а името на Уотърстоун става нарицателно и дори се превръща в лого в книжарниците и магазините на Обединеното кралство, дори в книжната магазинна мрежа на англоезичните държави<sup>4</sup>. През 80-те години се създават и вериги от книжарници, които опитват да конкурират известните дългогодишно просъществували книжарници на У. Х. Смит (W. H. Smith), в чиито магазини се продават канцеларски материали, вестници и списания и по малко количество книги. Асортиментът се разнообразява с DVD и аудио-записи. Новите вериги книжарници конкурират независимите, конкурентната

среда налага нови видове оферти – насърчаване на редовните читатели с по-ниски цени, предлагане три книги на цената на две, отстъпки за членовете на салоните и клубовете на книгата, които се изграждат при по-утвърдените издателства, промоциране със специални отстъпки и пр. Световна тенденция е фамилените издатели да се подменят с модерния апарат на съвременния бизнес, в които се изграждат нови холдингови структури, професионален мениджмънт, използват се механизмите на съвременния маркетинг, реклама и PR-комуникации в бизнеса с книги и периодика.

От значение при комерсиализацията са и рекламните подходи. Вложените инвестиции в реклама и промоционални дейности на основаното през 1924 г. британското издателство „Саймън и Шустер“ (*Simon & Schuster*) му налагат да продължи ориентацията си към масова литература за широка читателска аудитория. В края на 30-те години на XX век Дик Саймън и Макс Шустер вече са основали издателската компания *Pocket Books* в съдружие с американския издател Робърт Феър де Граф. Масовите им издания на романи с мека подвързия стимулират добрите маркетингови позиции непосредствено след войната, когато компанията преминава в ръцете на Маршал Филд, но след неговата смърт тя отново е в ръцете на предишните собственици, претърпява метаморфози от издателски сдружения, разширява се, става собственост на международната корпорация „Гълф и Уестърн“, а тя на свой ред закупува други компании, сред които е и крупното издателство „Макмилън Пъблишинг Груп“ (1994). Същевременно следва ново преструктуриране под името „Парамонт Комуникейшънс“ и от 1998 г. е в структурите на международната издателска компания „Виаком“, публикувайки книги в електронен и книжен вариант, с най-разнообразен репертоар за читатели от десетки страни по света – от белетристиката и изданията за тинейджърска аудитория до бизнес-изданията, запазвайки и традиционните за основателите подходи за масова рекламна инвазия на издателските продукти<sup>5</sup>. Участието на световноизвестни автори като Стивън Кинг в издателския репертоар гарантира несъмнения просперитет на „Саймън и Шустер“ в началото на новото хилядолетие.

Ускорени тенденции в своето развитие претърпява и научното и университетското книгоиздаване в Европа и САЩ. В Обединеното кралство за пример са дълголетните издателства „Оксфорд Юнивърсити Прес“ и „Кембридж Юнивърсити Прес“<sup>6</sup>.

*Оксфордското университетско издателство* годишно публикува над 4500 заглавия, чиито тиражи се разпространяват не само в Обединеното

кралство, но и в десетки англоезични държави. Разполага с офиси в над 50 страни и дава работа на над 3700 специалисти, свързани с англоезичната книга и печатните комуникации. В репертоара са учебници, помагала и монографии по всички изучавани в университета дисциплини, но и библии, книги за изкуствата, детски издания, учебници за обучение по английски език на чужденци, издания за бизнеса, справочници, речници, списания. Интересен е редакционният процес – при него се прилага стриктен мониторинг, особено върху академичните книги – предложенията на авторите се обсъждат на редовно заседание на делегатите, избрани от академичната общност и работещи върху планирането и контрола на издателската продукция. При одобрените предложения на автора се предлага договор и започва работа по написването на произведението, а впоследствие ръкописът бива оценяван от делегат, като в обсъждането се включват и други специалисти по съответната на творбата дисциплина. Получените оценки се обсъждат между автора и редактора и така текстът още преди публикация се поправя и допълва, за да влезе изчистен в производство. Печалбата на издателството е около 9 млн. лири годишно, а 30 на сто от нея се прехвърля на университета. Тъй като функционира в университетската структура, *Оксфорд Юнивърсити Прес* се ползва от статута на благотворителна организация и не се облага с данъци. Получената печалба се реинвестира и се предоставя на фондове на Оксфордския университет. Издателството притежава добре развита полиграфическа база, в която се прилагат последните иновации в бранша. Популярност придоби интернетното издание на Оксфордския речник, електронните журналы, които могат да се ползват в мрежата, както и издания на CD ROM<sup>7</sup>. У нас *Оксфорд Юнивърсити Прес* редовно присъства на международните панаири на книгата, организирани в НДК – София, а неговите учебници и помагала се ползват с одобрението на просветното ни министерство в образователния процес по английски език. Цялостната дейност на това голямо и престижно издателство е пример за добре функционираща система в сферата на печатните комуникации. Едва ли е случаен фактът, че издателството има солидни позиции и значим дял от университетското книгоиздаване в САЩ.

*Другото голямо издателство, на университета в Кембридж*, също представлява модерна издателско-полиграфическа структура, и то със значителен международен екип от упълномощени редактори в Кембридж, Ню Йорк, калифорнийския град Стан-

форд, Кейптаун, Мелбърн, Сан Паоло в Бразилия, но и клонове в Източна Азия като Токио, Сеул, Хонг Конг, Тайпе, Банкок. Издателството притежава модерно оборудвана печатница с традиционни (литография и медно гравирание) и нови технологии като цифров печат в сътрудничество със световно известната фирма IBM, осигурила модерна система, включваща управлението на типографските и печатните процеси по съвременни дигитални технологии. Заедно с това печатницата има отдел ръчно подвързване на библии, книги с твърда подвързия и кожени футляри, изработвани с прецизност, изящество и отличен художествен вкус. Налице е и добре организирана маркетингова структура в десетки страни по света. Изданията на *Кембридж Юниверсити Прес* са насочени в областта на хуманитарните и обществените науки, естествените науки, книги за специалисти, около 150 списания – издавани от името на Лондонското математическо дружество, Физиологическото дружество, зоологическото дружество – Лондон, Британската международна асоциация и пр., като са осигурени и електронни он-лайн еквиваленти в интернет мрежата. Наред с това издателството предлага десетки учебници и помагала за обучение по английски език, образователни издания (за предучилищно, начално образование и книги за коледжите, учебници и помагала за студенти). Важен и печеливш дял от общата продукция е издаването на библии<sup>8</sup>. Сред най-популярните поредици са тези, посветени на историята и изкуствата като: „Кембриджки студии за ранната съвременна история”, „Свободата: Документална история на еманципацията” – за преходния период 1861–1867 г. от робство към освобождение на южните провинции на САЩ; „Шедьоври на западното рисуване”, „Кембриджски справочници по история на изкуството”, „Кембриджки филмови класики”, „Съвременни художници и техните критици”, „Кембриджки уроци по музика” и „Приключения в музиката” и пр. Дейността на *Кембридж Юниверсити Прес* е пример за разностранно и удачно съчетаване на различни форми на печатните комуникации, изграждащи солиден имидж и престижен облик на издателството.

Още в края на XVI век е създадено едно от най-солидните издателства за научни и научнопопулярни издания „Елзевиър”. Основател на фамилната издателска къща, получила популярност с дълголетната си фамилна издателска история, е Людвиг Елзевиър, установил се през 1580 г. като книготърговец в университета на гр. Лейден, където пет години по-рано холандците основават първия си университет. Дейността на основателя е продължена от синовете

Матиас и Бонавентура, както и от внуците Исак и Абрахам. През 1520 г. Исак Елзевиър става официален печатар и издател на Лейденския университет, което фамилията поддържа като позиция до началото на XVIII век. Издателството поддържа линия на оригинално естетическо оформяне на книгите, които издава на старогръцки, латински, нидерландски, френски и арабски – тук са произведенията на класическата античност (Аристотел, Вергилий), теолози на католицизма (Албертус Магнус), на Реформацията (Калвин), книги на видни мислители като Галилео Галилей, Еразъм Ротердамски, Макиавели, Гротий, Декарт, Джон Лок, а особена популярност получава библиотечната поредица „Републики” с малоформатни томове, описващи историческото, географското и стопанското положение на десетки страни в превод на различни езици, като се продават успешно не само в Европа, но и в колонизираните страни. Книгите на „Елзевиър” се отличават с разнообразието на издателски емблеми, една от които е „Нон Солус” – издателски герб-емблема, използващ символ от Античността, се употребявана от внука на Людовик – Исак Елзевиър<sup>9</sup>. В началото на XVIII век фамилното издателство „Елзевиър” прекратява дейността си, но през 1880 г. в Ротердам е основано издателско сдружение, което приема емблемата „Нон Солус”, традициите и името „Елзевиър”. Сред първите издания на „новата компания „Елзевиър груп” са научнолитературна периодика, малоформатни издания, холандската енциклопедия на Уинклер Принс, нидерландскоезични приключенски произведения на писателя Жул Верн. Разширила значително обхвата на издателската си дейност след Втората световна война, компанията се стабилизира в издаването на професионални и на англоезични научни списания, а през 1980 г. получава награда на холандската национална преса за постижения в областта на устното и писменото образование. Освен нидерландскоезични издания, след 80-те години на XX век „Елзевиър груп” стъпва стабилно на англоезичните книжни пазари. В САЩ е реализиран значим репертоар от професионални и бизнес издания, а през март 1991 г. компанията придобива една доста добра база, закупувайки британската база на оксфордското издателство „Пергамон Прес”<sup>10</sup>. Дълголетната работа на „Елзевиър” и приемника му „Елзевиър груп” е пример за отстояване на стабилни традиции в сферата на печатните комуникации при един непрекъснато ускоряващ се темп на развитие и просперитет, излизащ далеч от рамките на нидерландскоезичното книгоиздаване и вписващ се с успех в голямото семейство на научната и професионалната англоезична издателска дейност.

Но и в университетите, където официално не функционират издателства, с помощта на държавните университетски фондове за поддържането на научната и интелектуалната база и проектите, с които се кандидатства за фондовете по различни програми на Европейския съюз. Насърчителен пример в тази насока дава и университетът в Улвърхемптън, където работят и български специалисти<sup>11</sup>. В правната катедра е подготвен проект за организиране на собствена издателска къща<sup>12</sup>.

В сърцето на Европа и малки европейски градове стават средища на научно и университетско книгоиздаване. Пример за това е университетският град Льовен, недалеч от столицата на Европа Брюксел. В притегателния за хиляди студенти университетски център функционира представителство на мощната издателска група „Волтърс Клейвър“, тук работи известното издателство за научна и научнопопулярна литература „Пеетърс“, антверпенското издателство „Стандарт“ пък присъства с добре уредена книжарница (част от голямата книгоразпространителска верига „Стандарт букхандел“), но картината на научната издателска дейност се допълва още от създадената още през 1960 г. издателска формация „АККО“ (букв.: Академичен кооператив), която развива издаването на академична литература – учебници, учебни пособия, монографии, с които се представя на нидерландскоезичните пазари и на представителния Франкфуртски панаир на книгата<sup>13</sup>. „АККО“ работи като добре изграден издателско-полиграфически комплекс, притежаващ собствена печатница и маркетингова разпространителска структура за своята книжна продукция, като в управителния съвет участват освен специалистите от издателството, и представители на академичната общност на Льовенския университет – преподаватели и студенти, притежаващи свои акции в академичния кооператив<sup>14</sup>.

Не може да отменим приноса на различните *издателски асоциации* за развитието на модерните печатни комуникации. Така например в Европа активно функционира Генералната асамблея на Европейските книгоиздатели. Сред американските професионални асоциации се отличават Американската асоциация на книготърговците, Националната асоциация на книжарниците в колежа, Американската библиотечна асоциация, Съветът на детската книга към международния клуб на писателите (PEN), Международната група на научните, техническите и медицинските издателства, Дружеството за издаване на научни трудове и Американската асоциация на медицинските издателства. Сред най-авторитетните сродни организации, допринасящи активно за просперитета на тези дейности, безспорно утвърдено място

заема *Асоциацията на американските книгоиздатели*, обединяваща в структурата си повече от 220 организации, включително и издателски структури като университетските издателства. Тази голяма асоциация осъществява редица дейности във връзка с пропагандирането на четенето и мониторинг върху свободата на словото и печата, осигурява на своите членове актуална информация относно търговията с книжна продукция, оповестява за решения на правителството, засягащи издателския бизнес, както и практически програми за успешно ръководство на издателските компании, комуникация със сродни организации и сдружения, а в структурите на асоциацията работят дейно Комитет по свободата на четенето, Комитет по авторските права, Група за международната свобода на печата, Пощенски комитет – за координация и регулиране на дейностите, свързани с пощенските разходи, както и юридически, застрахователен и статистически комитет<sup>15</sup>. Към Асоциацията на американските книгоиздатели функционира и Отдел за издаване на професионална литература и научни трудове, който разяснява различните аспекти на издателския процес в това тематично направление. Принос за активизиране на продажбите има и Международният отдел на асоциацията, организирайки семинари, курсове, участия в международните панаири на книгата, в съвместни издателски проекти и придобиване на авторски права върху издания на английски език<sup>16</sup>.

Във Великобритания въздействие върху активно функциониращите печатни комуникации в страната има Книгоиздателската асоциация на Обединеното кралство (*Publishers Association UK*). В нея членуват 4410 издатели, които дават 80 на сто от оборота в сферата на книгоиздателския бизнес<sup>17</sup>. Сред издателите в Обединеното кралство с приноси в тази посока са: „Блекуел Пъблишинг“, „Саймън и Шустер“, „Пенгуин“, „Макмилън“, „Уили Юръп“, „Тейлър и Франсис Груп“, „Оксфорд Юнивърсити Прес“, „Кембридж Юнивърсити прес“, „Единбург Юнивърсити Прес“ Орион“, „Ходер и Хедлайн“, „Рандъм Хауз Груп“, „Елзевир“ Ltd“, „Уолкърс Буукс“, „Фабър&Фабър“, „Фасет Пъблишинг“ и др.

У нас принос за развитие на печатните комуникации има създадената през 1994 г. Асоциация на българските книгоиздатели – днес *Асоциация „Българска книга“*. Обединява голяма група активно представящи се на пазара издателства. Работи дейно за организирането в столицата на национални, международни, коледни панаири на книгата, на научни форуми у нас и в чужбина, ежегодно организира и поддържа участието на своите членове със книжни щандове на големия Франкфуртски панаир на кни-

гата, поддържа законодателни инициативи, свързани със защитата на интелектуалната собственост и с мястото на книгата и издателските дейности в културната политика на държавата. През ноември 2004 г. по поръчката на асоциацията и на Националния център за книгата към Министерството на културата, социологическата агенция „АССА – М” извършва национално представително изследване „Книгата и читателят в България”, а в „Култура” в тематичната си страница-рубрика *Книжна култура* в началото на следващата година провежда дискусия по темата<sup>18</sup>. Наред с превода на великолепно есе на Джон Ъпдайк „Книгата като вещ”<sup>19</sup> е публикувано и изследването „Книгата като тяло” на М. Цветкова<sup>20</sup>, както и диаграми с емпирични данни от социологическото изследване<sup>21</sup>.

През април 2006 г. Асоциация „Българска книга” (АБК), образователното и културното министерство, държавни агенции, водещи творчески съюзи, Съюзът на библиотечните и информационните работници (СБИР), „Народна библиотека „Св. св. Кирил и Методий” и държавните електронни медии (БНТ и БНР) стигат до идеята за меморандум във връзка с формирането на обща национална политика за четене и устойчиво развитие на родното книгоиздаване, книготърговия, библиотечно и читалищно дело, като е приета национална програма „Четяща България”, иницирирана от АБК и СБИР.

Трябва да отбележим обаче, че още на 1 ноември 2003 г. в НДК – София, от трибуната на националната научна конференция за Деня на будителите „Книгата: бъдеще време в миналото?!” писателят Антон Дончев прочита резолюция на участниците, в която се изразява тревога от „свиването” на четенето у нас, от трудното битие на буквално изхвърлената на улицата книга, от тежация като воденичен камък върху книгоиздаването Данък добавена стойност. В резолюцията се предлага Народното събрание да приеме закон за библиотеките, министерството на културата да съдейства по-активно на книгоиздателите за по-представително участие в международните панаири на книгата, както и за предприемане на законодателни мерки за облекчаване по законодателен път на ДДС върху книгата „с цел да се стимулира родното книгоиздаване и книгата да стане достъпна” за всички<sup>22</sup>. Под наслов „Евроинтеграцията в пространството на книгата”, на 1 ноември 2005 г. в поредната научна конференция в Националния дворец на културата – София е организирана творческа дискусия на специалисти и издатели, продължена на 26 май 2006 г. по време на пролетния Панаир на книгата в столицата. В изказването на изпълнителния директор на Асоциация „Българска книга” Петко

Дюлгеров се вижда, че АБК с помощта на немски експерти е разработила стратегия, чиито цели са: запазване на родното книгоиздаване и книготърговия и ориентация към европейските норми и стандарти, а наред с това продължават сондажите при президента, при комисията за култура и комисията за финанси и бюджет в Народното събрание за данъчни облекчения, свързани с българската книга<sup>23</sup>. В крайна сметка преференции не са постигнати, но идеята за редуциране размера на ДДС върху книгите, каквато практика е установена в повечето европейски държави, е подкрепена неочаквано от президента на Федерацията на европейските книгоиздатели Йонас Модиг с писма до министър-председателя, министъра на културата и зам.-министъра на културата<sup>24</sup>.

Несъмнено едно от предизвикателствата на модерния свят е *борбата за надмощие над масовата аудитория между печатните комуникации и електронните медии*. В тази нелека и дълголетна битка решаващ арбитър се оказва глобалната мрежа. Веригите книжарници все по-успешно използват различните форми на електронна книготърговия по интернет. Книгата все по-отчетливо се възприема като своеобразна печатна медия, която с помощта на Мрежата става атрактивна, по-комуникативна, по-пазарна и оттам – по-реализуема. Периодиката не отстъпва назад – електронните емисии се възприемат наравно и дори по-удобно от своите оригинални и традиционни печатни носители, допълвайки се взаимно.

Едно от големите предизвикателства пред печатните комуникации в началото на демократичния преход в бившите соцстрани бе да изградят и да задържат позициите на новосъздалия се в началото на 30-те години независим печат – силно критичен, актуален и злободневен, на места с остър уличен език, но същевременно развиващ се по правилата на медийната икономическа балансираност и рационалност в използването на все още скромни родни капитали. Видя се ясно, че само с партийна издръжка, спонсорство от симпатизанти и липса на истински добър мениджмънт, както и на добри инвестиции много от изданията щяха да бъдат обречени на неуспех, преустановяване на издаването или реструктуриране – такива у нас бяха възстановените бивши издания на някогашната следдеветосептемврийска опозиция „Свободен народ” и „Народно земеделско знаме”, триумфиращият в началото на 90-те години на века вестник „Демокрация”, бившият „Работническо дело” – преименуван на „Дума”, определящият се като независим демократичен в „Континент”, регионалните издания за бившата голя-