

Софийски университет „Св. Климент Охридски“  
Факултет по журналистика и масова комуникация  
Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“

**Георги Божидаров Александров**

**Интермедийни отношения между  
печатните и електронните книги**

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

на дисертационния труд за придобиване на образователна и научна степен  
„доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и  
информационни науки (Журналистика – Книгознание)

Научен ръководител  
проф. д-р Веселина Вълканова

Рецензенти  
проф. д-р Тотка Монова  
проф. д-р Кристина Върбанова-Денчева

София, 2020

## Данни за дисертационния труд

Дисертационният труд съдържа увод, пет глави, заключение и приложения. Общият му обем е 225 страници, като основният текст обхваща 193 от тях. Библиографията включва 184 български и чуждоезични източника.

## Характеристика на дисертационния труд

Промените, които дигиталната ера предизвиква в книгоиздателската индустрия, се свързват не само с появата на новите електронни формати на книгата, но и с начините за тяхната търговска реализация и потребление по електронен път. Дигиталните технологии видоизменят и всички етапи на издаване, разпространение и потребление на печатните книги. **Актуалността на темата** на дисертационния труд произтича от динамичното приспособяване на съвременното книгоиздаване към всеобхватната дигитализация на медийната среда. Медийният избор между печатния и електронния формат на книгата е съществен елемент от всекидневните читателски практики, които също значително се променят в контекста на технологизиране на комуникационните процеси.

Бързата трансформация на книгоиздателските процеси изпреварва темпа, с който се извършва тяхната научна интерпретация. Ето защо **значимостта на проблематиката** на дисертационната разработка има две измерения: а) теоретично, в което темата за интермедийните отношения между печатните и електронните книги се помещава в изучаването на съвременната медийната среда; б) практико-приложно, в което се установяват тенденциите в издаването, разпространението и потреблението на печатните и електронните книги и се формулират предположения за тяхното бъдещо развитие. В познанието за медиите все още се забелязва известен дефицит на изследователски интерес към книгата. Ето защо всяко изследване на медийната идентичност и медийните функции на книгата може да допринесе за утвърждаване на легитимацията ѝ в научното поле на обществените комуникации.

**Обектът** на дисертацията са печатните и електронните книги като медийни формати. Тази формулировка на обекта поставя следните изследователски рамки:

1) Книгите се разглеждат като проявление на своята материална същност: физическа – за печатните книги, и дигитална – за електронните книги.

2) Печатните и електронните книги се изучават като самостоятелни медийни формати, но в постоянна зависимост от медийната среда, в която съществуват.

3) Двата медийни формата съществуват и се променят в постоянно взаимно влияние и зависимост.

**Предметът** на дисертационния труд са отношенията между печатните и електронните книги при тяхното потребление, когато читателят извършва медиен избор между тях.

Открити са три предметни области:

1) Функциите на печатните и електронните книги в удовлетворяване на читателските потребности.

2) Читателските нагласи към печатните и електронните книги като медийни формати.

3) Читателските практики при потреблението на печатните и електронните книги.

Дисертационният труд съдържа емпирични данни за пазарната реализация на печатните и електронните книги и за читателските нагласи към тях. Основополагащо е разбирането, че теоретичната концепция за отношенията между печатните и електронните книги като медийни формати трябва да се изгражда върху реални данни за потреблението им. Читателските нагласи и предпочитания спрямо тези два формата на книгата се разглеждат в причинно-следствена връзка с пазарната им реализация. Ето защо научната разработка включва изследователски полета, свързани както с теоретичното познание за медийната същност на книгите, така и с практиката на тяхното издаване, разпространение и потребление.

Три са **теоретичните изследователски полета**, в които се изгражда теоретичната основа на дисертационния труд, като те са свързани помежду си с проблематиката за общото и различното между печатните и електронните книги като самостоятелни медийни формати.

Първото изследователско поле се разпростира върху концепциите за **функциите на медиите**, които позволяват да се установят и дефинират общите и специфичните функции на печатните и електронните книги. Второто обхваща научната представа за **медийната среда като екосистема**, в която всяка медия претърпява еволюция във взаимодействие с другите медии и се променя в стремежа си за оцеляване и развитие. Третото изследователско поле включва теориите за въвеждането и възприемането на **технологичните иновации**, които разглеждат медиите като проявления на конкурентен сблъсък между „стара“ и „нова“ технология.

**Изследователските полета, свързани с практиката**, обхващат процесите на потребление на печатните и електронните книги. Едното е пазарната им реализация като медийни продукти, при която се осъществява тяхното търговско разпространение и продажба. Другото изследователско поле от практиката отразява читателските нагласи и предпочитания при медийния избор между печатния и електронния формат на книгата.

**Териториалният обхват** на дисертационния труд включва Съединените щати, Великобритания, Германия, Франция, Испания, Швеция и България. Българското книгоиздаване е представено чрез официалните данни за вида и количеството на издадените книги на Националния статистически институт и Националната агенция за ISBN. Читателските нагласи в България са обект на собствено емпирично социологическо изследване, инициатирано и проведено в рамките на настоящия дисертационен труд.

**Времевият обхват** на дисертационния труд е периодът 2000 – 2019 г., като в него се очертават два етапа. Първият, 2000 – 2006 г., обхваща годините, когато електронната книга е

технологична новост с обещаващ потенциал, но с все още незначително пазарно присъствие. Вторият етап, 2007 – 2019 г., започва с въвеждането на четящото устройство Kindle в Съединените щати, което ускорява и разширява потреблението на електронните книги.

**Изследователската цел на дисертационния труд** е да се установят и дефинират отношенията, които възникват между печатните и електронните книги при потреблението им като самостоятелни медийни формати.

**Задачите**, които трябва да бъдат изпълнени за постигането на изследователската цел са:

- Да се установят и типологизират функциите, които изпълняват печатната и електронната книга като два самостоятелни медийни формата в удовлетворяване на читателските потребности.
- Да се анализира динамиката на читателските нагласи и предпочитания относно печатните и електронните книги в България и изследваните чуждестранни пазари на книгата.
- Да се определи как субективното потребителско възприятие за печатните и електронните книги влияе върху пазарната им реализация.
- Да се анализират статистическите данни за пазарната реализация на печатните и електронните книги в страните в териториалния обхват на дисертационния труд, като се открият общите тенденции.
- Да се установи кога възникват и как се проявяват отношенията между печатните и електронните книги като медийни формати в комуникационния процес на тяхното издаване, разпространение и потребление.

**Основният изследователски въпрос** пред дисертационния труд е дали в медийната среда се извършва процес на изместване на печатния от електронния формат на книгата, или двата медийни формата се адаптират към нея, допълвайки специфичните си функции в удовлетворяване на читателските потребности.

В търсене на научно обоснован отговор на този въпрос се формулират три **изследователски тези**:

- Печатният и електронният формат на книгата са в непрекъснат процес на трансформация и взаимна зависимост, като се адаптират към динамично променящата се медийна среда.
- Освен общите си медийни функции, печатните и електронните книги изпълняват различни специфични функции, които обуславят трайното им съвместно съществуване и развитие в медийната екосистема.
- Новият електронен формат на книгата установява трайна позиция в медийната среда, но не създава условия за изместване на печатния ѝ формат, тъй като не може да изпълни всички негови специфични функции в удовлетворяване на читателските потребности.

Аргументацията на трите тези се извършва както по теоретичен, така и по емпиричен път. Теоретичният включва анализ на концепции, приложими за изследователските полета на дисертационния труд. Емпиричният включва набирането и анализа на два вида данни:

1) първични – от собствено емпирично социологическо изследване на читателските нагласи сред типологична извадка от пълнолетни български граждани;

2) вторични – от статистическа информация за търговската реализация на печатните и електронните книги, както и от проучвания на читателските нагласи и практики в Съединените щати и подобрите пет страни в Европа.

Научният резултат се постига чрез обобщение на теоретични концепции за книгата като медия, емпирични изследвания за читателските нагласи към печатните и електронните книги и статистика за пазарната им реализация.

**Методологията** на дисертационния труд се основава на прилагането на **три изследователски подхода** – функционален, екологичен и технологичен.

Функционалният подход се основава на възгледа, че запазването и осъществяването на специфичните функции за всяка медия са решаващият фактор за нейното развитие и оцеляване в медийната среда. Печатните и електронните книги имат и общи функции, които произтичат от еднаквата им медийна идентичност – да бъдат едновременно комуникационно средство и комуникирано съдържание.

При екологичния подход медиите се разглеждат като участници в непрекъснат еволюционен процес, при който те си взаимодействат с другите медии, като се променят и адаптират към медийната среда. Този подход се основава на аналогията с биологичната еволюция, като медиите се разглеждат като „видове“, които, променяйки се, се борят за своето оцеляване.

Чрез технологичния подход печатната и електронната книга се разглеждат като проявления на утвърдени и нови технологии. Прилагането на този подход позволява двата формата на книгата да се изследват като „стара“ и „нова“ медия и да се установи дали при тяхното потребление се извършва процес на допълване или процес на изместване.

В научната разработка на дисертацията се прилагат **изследователски методи**, адекватно приложими към проблематиката му. За теоретичен фундамент се възприема медийната екология, в чийто контекст се надграждат концепциите за функциите на медиите, за еволюцията на медиите и за технологичните иновации в медийната индустрия.

При осмислянето на емпиричния материал се прилага сравнителен анализ, чието използване се основава на необходимостта от сравнения между печатния и електронния формат на книгата в целия процес – от тяхното създаване до тяхното потребление. Изследователският интерес е насочен към функциите на печатните и електронните книги, които те осъществяват при удовлетворяването на читателските потребности. Това е изходната позиция за установяване както на общите, така и на специфичните функции на тези два формата на книгата.

Дисертационният труд включва собствено емпирично социологическо изследване на читателските нагласи и предпочитания спрямо електронния и печатния формат на книгата. То е осъществено чрез количествения метод на анкета със самопопълване.

Анализ на вторични емпирични данни се прилага и спрямо фактологичния материал от чуждестранни пазарни проучвания за търговската реализация на печатните и електронните книги, както и от социологически изследвания на читателските нагласи в избраните шест чужди страни.

Очертани са **ограничителните рамки** на разработваната проблематика. Изследването на нагласите и практиките при четенето на книги не си поставя за цел да ги съпоставя с потреблението на книги чрез слушане. Ето защо форматът на аудиокнигите остава извън тематичния обсег на дисертационния труд. Когато в текста се употребява понятието „електронен формат на книгата“, с него се обозначава само електронната книга, макар и аудиоформатът също да има дигитална същност.

Безплатното потребление не може да се отрази статистически и в двете си разновидности – и като неправомерно, „пиратско“ ползване, и като регламентиран свободен достъп.

Извън изследователския интерес остават технологичните детайли при производството и разпространението на печатните и електронните книги. В предметното поле на дисертационния труд не попада чисто литературната проблематика – нито относно творческия процес на създаване на литературно съдържание, нито относно жанровете и естетическите му характеристики.

Книгата се разглежда само в ограничения исторически отрязък, когато двата нейни формата – печатен и електронен – съществуват и се развиват едновременно на съвременния световен книжен пазар.



## **Структура на дисертационния труд**

Дисертационният текст включва увод, пет глави, заключение, библиография и приложения. Концепцията за интермедийните отношения се разработва в последната глава, тъй като е изградена не само върху теоретична, но и върху емпирична основа. Структурата на дисертационния текст следва етапите в изследователския процес: теоретичен обзор, анализ на емпирични данни, извеждане на авторова концепция.

**Първа глава е посветена на научната интерпретация на печатната и електронната книга като медийни формати.**

Най-напред се формулират **изследователските принципи**, спазени при работата върху дисертацията:

- Издаването, разпространението и потреблението на книгите се приемат за единен комуникационен процес, в който двата формата – печатен и електронен – проявяват медийната си същност едновременно като комуникационно средство и като комуникирано съдържание.

- Печатната и електронната книга се разглеждат като самостоятелни медийни формати, които имат различна материална същност: физическа – за печатния, и цифрова – за електронния.

- При изучаването на отношенията между печатните и електронните книги се разкрива връзката между функциите на медиите и потребностите на читателите, които те удовлетворяват.

- Печатният и електронният формат се изучават в постоянно взаимодействие не само помежду си, но и с другите субекти в медийната среда.

- Двата формата се разглеждат като проявление на традиция и иновация в съвременната медийна среда, белязана от динамичното развитие на информационните и комуникационните технологии.

**Теоретичният обзор** обхваща концепции в трите изследователски полета: функциите на медиите, еволюцията на медиите и иновациите в медиите.

Във фокуса на проблемното поле за **функциите на медиите** е потребителят, който извършва своя медиен избор. Медиите, в частност медийните формати на книгата, изпълняват специфични функции, които са решаващи за тяхното оцеляване в медийната среда.

Потреблението на печатните и електронните книги изисква теоретично осмисляне на начина, по който се променя четенето в дигитална медийна среда. Изучаването на електронната книга като иновация неизбежно води до въпросите кой, как, кога и при какви обстоятелства започва да ползва този нов медиен формат. Един от възможните отговори на този въпрос се съдържа в модела на Еверет Роджърс, който разграничава пет групи потребители според бързината, с която възприемат новите технологии. Проследява се и доколко в съвременната медийна среда е валидно „правилото на 30-те години“ за масово навлизане на иновациите на Пол Сафо, като се отразяват и други утвърдени възгледи за жизнения цикъл на продуктите и процесите на изследователи като Джефри Мур, Крис Андерсън и Джон Гурвил. Анализирани са и диалектичният модел на медийно взаимодействие, създаден от Хилел Носек и Хана Адони.

**Медийната екология** е научното поле, където медиите се изучават в условна аналогия на биологичните видове, които се развиват, променят и борят за оцеляване в постоянно променяща се среда. Това разбиране води до изследване на медиите в тяхното взаимодействие, концептуално осмислено още от Маршал Маклуън. Отправната точка в това теоретично поле на дисертационния труд са концепциите на Роджър Фидлър за коеволюция, конвергенция и комплексност на медиите и неговите шест принципа на медиаморфоза. Представени са и концепциите на изследователи, които доразвиват възгледите за еволюционния процес на медиите с още по-пряка връзка с трансформациите на печатния и електронния формат на книгите (Леман-Уилзиг и Коен-Авигдор; Ан Нгуен и Марк Уестърн; Карлос Сколари; Иън Занг и Сонали Кудва).

Електронната книга като обект на научен интерес обичайно се разглежда като проявление на **технологичните иновации**, които се въвеждат в книгоиздаването и читателските практики в дигиталната ера. Изучаването ѝ предполага да се установят нейните характеристики като нов медиен формат в аналитично съпоставяне с традиционната печатна книга. Това е проблематиката за конфликта между утвърдени и нови технологии, която е тематичното поле, в което широко влияние придобива теорията за преломните иновации на американския изследовател Клейтън Кристенсен. В дисертационния труд се подлага на проверка валидността на тази теория за книгоиздателската индустрия, най-вече в търсене на отговор на въпроса дали електронният формат има потенциала на радикална технологична промяна, която би могла да измести печатния формат от многогодишната му доминираща позиция на книжните пазари и в читателските практики. Отразени са и критични интерпретации на теорията на Кристенсен, които отстояват възгледа, че електронният формат по-скоро има допълваща, отколкото изместваща роля спрямо печатната книга (Джошуа Грас, Джеймс Ютърбек).

Теоретичният обзор включва и българския принос в научното познание за печатната и електронната книга като медийни формати. Представени са както медийни експерти, за които книгознанието е само едно от полетата на научен интерес, така и изследователи, които целенасочено изучават книгата като медия, включително трансформациите на нейните формати в дигитализираната комуникационна среда.

Не е пропусната и културологичната перспектива към проблематиката на традиционното и електронното четене. Маркирани са възгледите на изтъкнати чуждестранни и български изследователи на културните процеси и практики. Културологичен подход обаче не е използван в дисертационния труд, защото той би бил далеч по-приложим в научната трактовка на книгата като съдържание, отколкото в изучаването на книгата като медиен формат.

Критичният анализ на концепциите, върху които се основава научната интерпретация на печатните и електронните книги като медийни формати, води до следните **теоретични обобщения**:

Печатните и електронните книги се разглеждат като два медийни формата, които взаимодействат както помежду си, така и с други медии. При това взаимодействие те се променят, адаптирайки се към общата за тях медийна среда. Тези трансформации на печатните и електронните книги се извършват едновременно в относително кратък времеви отрязък, който е начало на тяхната обща медийна еволюция.

Няма достатъчно основания да се смята, че появата на електронната книга като нова медия представлява преломна иновация, която ще доведе до постепенното отмиране на традиционния печатен формат на книгата.

Връзката между технологичните промени в медийните продукти и промените в потребителското поведение дава възможност чрез изучаване на читателските нагласи да се установят предпочитанията към всеки от медийните формати на книгата.

Често печатната книга и печатната периодика логично попадат в едно и също изследователско поле, особено при съпоставката им с електронните медийни формати. Заплахата от заместване, която електронните медии носят, не се оказва еднакво силна за книгата и за печатните периодични издания. Това налага и диференциране на научния подход в изучаването на печатните медии.

Първите две десетилетия на новия век показват, че функцията за бързо предаване на информация има ключово значение за новите онлайн медии и се превръща в тяхно огромно предимство пред традиционната преса. Бързината на придобиване е също важно предимство на електронния формат на книгата, но не така решаващо, че да доведе до постоянен и радикален спад на интереса към печатната книга, какъвто се наблюдава в потреблението на печатната периодика.

Функциите на печатните и електронните книги определят потреблението им. Типологизирането на функциите на общи и специфични позволява да се проследят проявленията им конкретно при печатните и електронните книги. Ако общите функции на печатните и електронните книги са проявление на тяхната еднаква медийна идентичност, то специфичните функции отразяват различната им материална същност и обуславят устойчивата им адаптивност в медийната среда.

**Във втора глава се подлагат на анализ емпиричните данни за пазарната реализация на книгите в Съединените щати, Великобритания, Германия, Франция, Испания и Швеция. Фактологичният материал разкрива тенденциите в продажбите на печатните и електронните книги, като се очертават специфично силните и слабите пазарни сегменти за всеки от двата формата на книгата.**

Книгоиздателската индустрия в тези шест страни остава сравнително стабилна. Независимо от радикалните промени в комуникационната среда, извършващи се с бързи темпове от началото на века, и въпреки конкурентните медийни формати, книгоиздаването не изпада в пазарна криза. Индексът на пазарен спад, където въобще го има, се измерва с едноцифрени числа. В Съединените щати за периода 2009 – 2018 г. той е 6%, а в Германия за периода 2011 – 2017 г. е 5%. При още по-дълъг период на съпоставка, 2002 – 2018 г., спадът на германския пазар е само 1%. За времето от 2010 г. до 2018 г. книжният пазар се свива със 7% във Франция, но само с 1% в Швеция. За същия период британският книжен пазар отбелязва растеж от 8%.

Дигиталната ера поражда структурни промени на книжните пазари по отношение на двата формата на книгата – физически и дигитален. За периода на второто десетилетие тези промени не са така радикални, че да нарушат доминиращата пазарна позиция на печатните книги. След 2014 г., с различен времеви старт за отделните територии, печатните книги или увеличават, или стабилизират търговската си реализация. За 2018 г. пазарният им дял, измерен в нетни приходи от продажби, е както следва: Съединените щати – 75% (от сегмента на общото

книгоиздаване), Великобритания – 81% (от сегмента на общото книгоиздаване на вътрешния пазар), Германия – 89%, Франция – 92%, Испания – 95%, Швеция – 76%.

Анализът на търговската реализация на книгите води до заключението, че в книгоиздателската индустрия не се извършва процес на заместване на утвърден с нов медиен формат. Съотношението между двата формата по отношение на пазарната им реализация доказва значителен превес на печатните книги и на шестте изследвани чужди пазари. Навлизането на електронните книги в издателската дейност, както и в читателската практика, е процес на нейното приспособяване към променящата се медийна среда. В този процес печатният и електронният формат се допълват, отговаряйки на широкия спектър от потребности на читателите и различния ситуационен контекст, в които те ги удовлетворяват.

Във втора глава се представят и статистическите данни за книгоиздателската продукция в България. Пазарната реализация на печатните и електронните книги не е отразена в дисертационния труд, тъй като за нея няма официална и достоверна статистическа информация. Според информацията от Националния статистически институт през второто десетилетие на века издадените книги в България се увеличават повече от два пъти – от 4614 през 2010 г. на 9842 през 2018 г. С изключение на 2013 г. и 2016 г. количеството на издадените книги следва възходящ ход, като достига върха си през 2017 г. с 10 068 заглавия. През 2010 г. и 2011 г. общият тираж е почти еднакъв – малко над 3,2 милиона, достига 6,7 милиона през 2017 г. и рязко се увеличава на 11,3 милиона през 2018 г.

През 2018 г. статистиката за регистрация на издания и издателства в системата на ISBN в България постига няколко рекорда: най-много ISBN – общо 12 612; най-много ISBN за печатни книги – 10 844; най-много нови издателства в системата на ISBN – 253.

Рекордни нива се постигат и през 2019 г.: най-много издателства, заявили ISBN – 1465, и най-много ISBN, присъдени за електронни издания – 1585.

Данните за количеството на издадените книги не могат да бъдат основа за изводи за пазарната им реализация, но дават основание да се предположи, че българският книжен пазар е в период на растеж. По всички количествени показатели на книгоиздателската продукция печатните книги запазват значителен превес над електронните издания.

**Трета глава е посветена на читателските нагласи и практики, установени по емпиричен път в шестте изследвани чужди страни.** Тази част от дисертационния текст се позовава на социологически изследвания с национален и международен обхват. Източниците са авторитетни социологически агенции, консултантски компании, професионални издателски организации или държавни институции.

Извършва се и сравнителен анализ както в териториален аспект между отделните страни, така и в хронологичен аспект за една и съща територия.

Обобщението на емпиричните изследвания от чуждестранните пазари на книгата показва, че общото в читателските нагласи има превес над специфичното в тях.

Силно влияние върху читателските практики оказва очакването електронната книга да бъде ползвана и придобивана безплатно. Немалка част от цитираните изследвания установяват по-висок процент на четене на електронните книги – като настояща практика или намерение – спрямо платеното им придобиване.

Основанията за читателските предпочитания очертават различната материална същност на двата формата като важен фактор за субективното им възприятие. Като предимства на печатните книги най-често се посочват функции, основани на тяхната вещественост. Такива са богатата сетивност при четене, усещането за цялост на книжното тяло и удоволствието от

физическия контакт с него, визуалното им интегриране в интериора.

Предпочитанията към електронните книги пък се основават главно на дигиталната им същност, която позволява лесен, включително безплатен достъп, бързо придобиване, възможност за четене на различни устройства по всяко време и при всякакви обстоятелства. Установени са обаче ситуации, при които печатният формат е значително по-предпочитан, например при споделянето на четене на родител и дете. При други обстоятелства, като пътуване до работа или по време на отпуск, електронната книга се възприема като по-подходящия формат.

Установява се по-трудно концентриране и по-слабо запаметяване при четене на електронен носител, отколкото на хартия.

Влиянието на възрастта като фактор за читателските нагласи към печатните и електронните книги не може да бъде еднозначно определено. Активното ползване на електронни устройства от децата и тийнейджърите създава очакване за предпочитание към електронния формат на книгата. Това обаче не се доказва от изследванията в нито една страна. Оказва се, че електронните книги не са сред видовете електронното съдържание, което младите хора най-често четат. Съпоставянето на данните от различните книжни пазари не дава основания за заключение, че младите хора четат повече електронни книги отколкото по-възрастните читатели. Примери за това са цитираното изследване от Великобритания, което установява най-висок процент на читатели, преминали от печатния към електронния формат именно във възрастовата група над 55 години, и данните за силен превес на предпочитанието към печатните книги дори у деца, които вече са чели електронни книги.

Едно от основанията за предпочитание към електронните книги е възможността те да бъдат съхранявани, пренасяни и четени на различни устройства. Обща е тенденцията за намаляване на употребата на специализирания електронен четец спрямо многофункционалните устройства настолен компютър,



таблет, лаптоп и смартфон. В някои страни, като Съединените щати и Великобритания, електронният четец остава най-използваното устройство, но във Франция той вече е изместен от лаптопа.

Полът на читателите не е сред значимите фактори за предпочитанията им към единия или другия формат. Не се доказва и връзка между по-високата читателска активност на жените с по-изявено предпочитание към единия или другия формат.

Няколко от изследванията показват зависимост между интензивността на четене и готовността да се ползват и двата формата. Те съдържат доказателства, че най-активните читатели не са тези, които предпочитат радикално или само печатни, или само електронни книги, а тези, които ги възприемат като два медийни формата с допълващи се функции.

Могат да се открият **общи проявления на читателските нагласи**, установени от цитираните емпирични социологически изследвания в Съединените щати, Великобритания, Германия, Франция, Испания и Швеция.

- Доминира предпочитанието към печатния формат.

- Интензивното четене на електронно съдържание сред децата и тийнейджърите не води до по-изявено предпочитание към електронния формат на книгата.

- Най-активните читатели се възползват от функциите и на двата формата на книгата.

- Очакванията за увеличение на потреблението на електронни книги имат дългосрочна, а не краткосрочна перспектива.

- Покупката е обичайният начин за придобиване на печатната книга.

- Навикът за безплатен достъп до електронно съдържание се отразява негативно върху готовността за платено придобиване на електронни книги.

- Ситуационният контекст има значително влияние върху читателя при избора между печатни и електронни книги.

- Важен фактор за избора между двата формата на книгата е пригодността на всеки от тях към конкретния вид съдържание.

- Четенето на електронни книги се извършва на все повече електронни устройства, като се увеличава употребата на многофункционалните смартфон, таблет и лаптоп.

**В четвърта глава се обобщават резултатите от собственото емпирично изследване на читателските нагласи към печатните и електронните книги сред пълнолетни български граждани, проведено в периода 20 – 31 август 2019 г. чрез количествения метод на анкета със самопопълване. Персонална покана за участие е изпратена на малко над двеста души, като 93 от тях, или 45%, са се отзовали. Приложен е методът на типологичната извадка, като всички респонденти са професионално или образователно ангажирани с практиката и теорията на издаването, разпространението и потреблението на книги.**

Събраните данни от анкетата дават основание да се изведат обобщения за всяка от проблемните ѝ области – предпочитания, придобиване, мотивация и очаквания. Техният анализ разкрива както настоящите читателски нагласи, така и вероятността за бъдеща промяна в читателските практики при медийния избор между печатния и електронния формат на книгата.

В областта на **предпочитанията** към двата формата изследването установява ясен превес на печатните книги в читателската практика на анкетиранияте. Респондентите, които четат само или предимно печатни книги, са близо осем пъти повече от тези, които четат предимно електронни книги. Не са установени данни за читатели, които изцяло са преминали към четене на книги в електронен формат.

Няма потвърждения за стереотипната представа, че електронните книги присъстват в по-голяма степен в читателската практика на младите в сравнение с възрастните

хора. Изследването не установява силна връзка на зависимост между възрастта на читателите и техните предпочитания към медийния формат на книгата.

Интензивността на електронно четене не може да се отъждествява с интензивно четене на книги в електронен формат. Книгите заемат много малка част от времето, посветено на четене на електронно съдържание от всякакъв вид.

Четенето на електронни книги се извършва както на специализираните електронни четци, така и на многофункционални устройства. Електронният четец е най-често използваното устройство за най-активните читатели на електронни книги. Сред многофункционалните устройства най-много се използва смартфонът.

Най-активните читатели на електронни книги четат интензивно и в двата формата на книгата.

Очертава се съществено различие между печатните и електронните книги по отношение на начините на **придобиване**. Докато печатните се придобиват предимно чрез покупка, ползването и придобиването на електронните обичайно се извършва без заплащане. Огромната част от читателите на електронни книги (86%) заявяват, че придобиват електронните книги безплатно – както чрез регламентиран достъп, така и неправомерно.

Разликата в материалната същност на печатните и електронните книги е от първостепенно значение за **мотивацията** при медийния избор между двата формата на книгата. Две трети от анкетиранията го определят като „решаващо“ или „голямо“.

Предпочитанията на читателите се основават на специфични функции на всеки от двата формата, произтичащи от различната им материална същност. Например с най-голямо значение за предпочитанието към печатните книги са различните проявления на сетивното богатство при физическия контакт с книжното тяло. Дигиталната същност на електронните книги пък дава възможност да се удовлетворят потребностите

от бърз достъп до съдържанието им, както и удобство при пренасянето и съхранението им.

Утвърдените читателски навици са основен фактор при избора между печатни и електронни книги. Има достатъчно основания за извода, че психологическите фактори оказват по-силно влияние от икономическите фактори върху предпочитанията към единия или другия формат.

Когато трябва да формулират **очакванията** за бъдещата си читателска практика, анкетираните демонстрират ниска степен на готовност да я променят.

Влияние върху прогнозите на анкетираните в дългосрочен 10-годишен план оказва стереотипното очакване за технологичен прогрес, но въпреки това електронната книга не се възприема като нов медиен формат, който ще измести стария – печатната книга.

Респондентите очакват по-силно навлизане на електронния формат в читателската им практика. Няма обаче съществена разлика при съпоставянето на краткосрочните с дългосрочните им очаквания кой формат на книгата ще предпочитат в бъдеще.

Значителна част от читателите възприемат печатните и електронните книги като два медийни формата с допълващи се специфични функции, които обогатяват читателската им практика.

**При сравнителния анализ** на анкетата сред българските читатели и чуждестранните социологически изследвания не се установяват значителни различия. В България също се проявяват общите за другите шест изследвани страни читателските нагласи. На първо място е доказаното общо предпочитание към печатния формат на книгата. И сред българските читатели с най-голямо значение при мотивирания избор между двата формата са функциите им, произтичащи от различната им материална им същност. Тяхното предпочитание към печатните книги също се основава най-вече на сетивното богатство при физическия контакт с книжното тяло, докато изборът на електронния формат най-вече се мотивира с

бързината на достъп, лесното пренасяне и възможността за четене при всякакви обстоятелства.

Както за чуждестранните читатели, така и за българските, възрастта не е решаващ фактор при избора между печатни и електронни книги. Местното изследване също установява, че четенето на електронни книги заема сравнително малка част от четенето на електронно съдържание от всякакъв вид.

Обща е и констатацията, че най-активните читатели на електронни книги продължават да четат и в печатен формат.

Очертават се и някои специфични проявления на читателските нагласи сред българските читатели. Макар че електронните книги са навлезли в читателската практика в страната ни, все още читателите, които са преминали изцяло към електронния формат на книгата, са значително по-малко отколкото на изследваните чуждестранни пазари. Основание за това дава фактът, че нито един от анкетираните български читатели не е посочил, че чете само електронни книги.

Забележително висок е процентът на анкетираните, които определят читателските си навици като решаващ фактор при избора между двата формата на книгата. Това говори за много голяма устойчивост на навиците и малка готовност за промяната им сред българските читатели. Оттук произтича и разликата в очакванията в дългосрочна перспектива. Чуждестранните изследвания показват по-категорично очакване, че в дългосрочен план електронните книги ще навлязат още по-активно в читателската им практика. При българските читатели няма значителна разлика между очакванията им за бъдещата им читателска практика в краткосрочен и дългосрочен времеви хоризонт. Дори в десетгодишна перспектива, те запазват очакванията си за превес на печатните книги в читателската им практика.

Проучванията на читателските нагласи в България и другите шест страни доказват, че печатните и електронните книги се възприемат като допълващи се формати, които дават възможност за обогатяване на читателската практика.

**В пета глава се разработва авторската концепция за интермедийните отношения между печатните и електронните книги.** Извежда се дефиниция за интермедийните отношения между двата формата, като се конкретизира кога те възникват и в кой етап на комуникационния издателски процес се проявяват. Установяват се три вида интермедийни отношения: антагонизъм, алтернативност и допълване. Аргументира се възгледът, че печатните и електронните книги проявяват медийната си идентичност и като комуникационно средство, и като комуникирано съдържание.

Създадени са **два теоретични модела** – модел на медийните функции на печатните и електронните книги и модел на интермедийните отношения между печатните и електронните книги.

#### Модел на медийните функции на печатните и електронните книги

Еднаквата медийна идентичност на печатните и електронните книги – като комуникационно средство и комуникирано съобщение – определя общите им функции. Различната им материална същност – като веществено и невеществено – определя специфичните им функции.

Предпочитанията към печатните и електронните книги, **възприемани като медиен формат**, зависят най-вече от читателските нагласи към медийните им функции. В този случай читателят най-напред избира медийния формат и търси съдържанието, което е налично в него. Той първо решава как да чете, а след това избира какво да чете.

Различен е ситуационният контекст, когато печатните и електронните книги са **възприемани като вид съдържание**. Тогава предпочитанията към един от двата формата зависят от неговата пригодност към съответното съдържание. Читателят първо избира съдържанието и го търси в по-подходящия за него формат. Той първо решава какво да чете, а след това избира как да чете.

Като комуникационно средство печатните и електронните медии изпълняват и общи, и специфични функции. Общите произтичат от еднаквата им медийната идентичност. Специфичните произтичат от различната им материална същност.

Като комуникирано съдържание двата формата също имат както общи, така и специфични функции. Общите се осъществяват чрез всякакъв тип съдържание, а специфичните чрез пригодността им към конкретен тип съдържание.

Проявлението на медийната идентичност на печатните и електронните книги като средство и съдържание може да се онагледява чрез модел, който показва как те осъществяват общите и специфичните си функции.

*Фигура 1: Модел на медийните функции на печатните и електронните книги*

Общи функции		Специфични функции	
<b>Обективно проявление</b>	Комуникационно средство	Произтичат от еднаква медийна идентичност	Произтичат от различна материална същност
	Комуникирано съдържание	Осъществяват се при всякакъв вид съдържание	Осъществяват се при съответствие между формат и конкретен вид съдържание
		<b>Субективно възприятие</b>	

Моделът на медийните функции на печатните и електронните книги отразява причините за тяхното трайно съществуване и развитие като самостоятелни медийни формати.

Всяка нова медия може да измести старата само ако поеме изцяло функциите ѝ. Електронната книга би могла да замени печатната само ако може да осъществи всички нейни медийни функции. Специфичните функции на печатните и електронните книги произтичат от обективно съществуващата разлика в тяхната материална същност. Тази разлика не може да бъде заличена. Това означава, че нито един от двата формата не може да иземе специфичните функции на другия. Следователно присъщите им специфични функции може да се променят, но няма да изчезнат. Устойчивостта им прави невъзможно изместването на традиционния печатен формат на книгата от нейния нов електронен формат.

### Възникване и проявление на интермедийните отношения между печатните и електронните книги

Печатните и електронните книги съществуват и се развиват в медийната среда като два самостоятелни медийни формата. Основното различие между тях произтича от материална им същност – физическа (или веществена) за печатните книги и дигитална (или невеществена) за електронните книги.

Прилагането на концепцията за медийната екосистема в изучаването на печатните и електронните книги открива възможност да се установи как те взаимодействат и взаимно си влияят.

В дисертационния труд проявленията на взаимната обвързаност между печатните и електронните книги като медийни формати се означават с термина „интермедийни отношения“. С този термин, от една страна, се изразява медийната същност на тези отношения, а от друга, се подчертава взаимната зависимост между двата формата на книгата в тяхното съществуване и развитие.

Изолирани от комуникационния процес на тяхното създаване, разпространение и потребление, печатните и електронните книги не могат да си взаимодействат.

Интермедийните отношения между двата формата се проявят единствено чрез възприятията, предпочитанията и



нагласите на читателя. Когато печатните и електронните книги са интегрирани в комуникационния процес, при който читателят прави медиен избор между тях, те стават обект на субективно разграничение. В процеса на потребление на книгите читателят извършва медиен избор, при който задоволява свои конкретни читателски потребности, като осмисля, сравнява и избира специфичните за всеки от двата формата медийни функции. Извършвайки своя медиен избор при потреблението на печатните и електронните книги, читателят поражда интермедийни отношения между тях.

Установяването и дефинирането на интермедийните отношения може да се извърши успешно само ако се проследят читателските практики през призмата на субективните предпочитания.

#### Антагонизъм

**Антагонизмът е проява на радикално възприятие за двата медийни формата на книгата, което изключва тяхната взаимозаменяемост.**

Различната материална същност на печатните и електронните книги съществува обективно. При субективното възприятие на това обективно съществуващо различие се създава усещане за противопоставеност. То има най-различни изражения в „двойки“ противоположности: физическо срещу дигитално, веществено срещу невеществено, ново срещу старо, иновативно срещу традиционно. Такова субективно възприятие на двата медийни формата противопоставя печатните срещу електронните книги и поражда между тях интермедийното отношение на антагонизъм.

Антагонистичното противопоставяне на печатните срещу електронните книги се корени в технологичния подход към тези два медийни формата, който поражда очакване, че „новата“ технология – електронната книга, неизбежно ще измести „старата“ – печатната книга.

Предпочитанието, основано единствено на спецификата на книгата като медиен формат, противопоставя печатната срещу

електронната книга в антагонистично интермедийно отношение. При този тип противопоставяне двата формата не са взаимозаменяеми в никакъв ситуационен контекст.

### Алтернативност

**Алтернативността е проява на неутрално възприятие за двата медийни формата на книгата, което предполага тяхната взаимозаменяемост.**

Анализът на емпиричните изследвания доказва, че най-голяма част от читателите имат нагласата да ползват поравно и двата формата на книгата. Техните предпочитания са основани единствено на спецификата на съдържанието, без да отдават значение на медийния формат. Тези читатели имат неутрално потребителско поведение относно характеристиките на книгата като комуникационно средство. Те избират печатната или електронната книга в зависимост от това кой формат по-бързо, по-лесно или по-евтино ще удовлетвори потребността им да достигнат до търсеното съдържание. За тях съдържанието на желаната конкретна книга има по-голямо значение отколкото пригодността на нейния формат към него. В този смисъл печатната и електронната книга са взаимозаменяеми за читателите, които остават неутрални към медийния им формат.

Субективното възприятие за взаимозаменяемост на двата медийни формата на книгата при всякакви обстоятелства поражда интермедийното отношение на алтернативност. При медийния избор, който читателите правят, алтернативност за тях означава постигане на един и същ резултат чрез две еднакво допустими, а не взаимно изключващи се, възможности да достигнат до търсеното от тях съдържание.

### Допълване

**Допълването е проява на прагматично възприятие за двата медийни формата на книгата, което допуска тяхната взаимозаменяемост при определени обстоятелства.**

Значителна част от читателите заявяват, че четат книги предимно в един от двата формата. Това сочат емпиричните

социологически данни, представени в предните глави на настоящия труд. Тези читатели, подобно на радикалните читатели, които ползват само един от двата формата, основават предпочитанието си върху спецификата на книгата като медиен формат. Разликата е в готовността им при определени обстоятелства да предпочетат по-малко използвания от тях формат. Те имат прагматично възприятие към спецификата на книгата като медиен формат, което определя и гъвкавото им потребителско поведение. Определяща за техния избор е пригодността на печатната и електронната книга към конкретното съдържание, което търсят.

В субективното възприятие на читателите, които четат предимно един от форматите, печатните и електронните книги взаимно се допълват. Когато двата формата на книгата са взаимозаменяеми, но само при определени обстоятелства, възниква интермедийното отношение на допълване. Тогава читателската практика на тези, които четат предимно в единия от двата формата, се обогатява с възможността да използват и другия формат, ако той по-добре съответства на конкретните им читателски потребности в даден момент при определени обстоятелства.

#### Модел на интермедийните отношения между печатните и електронните книги

Концепцията за интермедийните отношения между печатните и електронните книги се основава на разбирането, че те възникват само при субективното възприятие на читателя. Разбирането, че реализирането на медийните функции на книгите настъпва едва при тяхното потребление, позволява да се формулира следната дефиниция на интермедийните отношения между печатните и електронните книги:

**Интермедийните отношения между печатните и електронните книги възникват при потреблението им от читателя, обуславят се от субективното му възприятие за специфичните им функции и се проявяват, когато той прави своя медиен избор между тях.**

Предложеният модел дава възможност да се направи обобщение за възникването и проявлението на всяко от трите интермедийни отношения между печатните и електронните книги. Всяко от тях възниква от различно субективно възприятие на читателите и се проявява чрез различно потребителско поведение.

*Фигура 2: Модел на интермедийните отношения между печатните и електронните книги*



## **Обобщение на резултатите от дисертационния труд**

В заключението се прави оценка, че са изпълнени изследователските задачи пред дисертационния труд. Представена е доказателствената аргументация на тезите. Формулирани са основните изводи. Направени са предположения за читателските нагласи към печатните и електронните книги в десетгодишна перспектива.

Дисертационният труд постига целта си да установи и дефинира отношенията, които възникват при потреблението на печатните и електронните книги като самостоятелни медийни формат. Формулирана е дефиниция за интермедийните отношения между печатните и електронните книги, в която се уточняват условията за тяхното възникване и проявление.

Установени са три вида интермедийни отношения между печатните и електронните книги.

**Антагонизъм** възниква, когато читателят има радикално възприятие за медийните формати на книгата, за него те не са взаимозаменяеми при никакви обстоятелства и затова той ползва само своя предпочитан формат. Това интермедийно отношение се проявява при медиен избор, в който читателят противопоставя печатната срещу електронната книга, независимо от съдържанието им и от ситуационния контекст на потребление.

**Алтернативност** възниква, когато читателят има неутрално възприятие за медийните формати на книгата, за него те са взаимозаменяеми при всякакви обстоятелства и затова е готов да ползва поравно и двата. Това интермедийно отношение се проявява при медиен избор, в който читателят решава дали печатната или електронната книга ще удовлетвори по-добре потребността му от конкретно съдържание.

**Допълване** възниква, когато читателят има прагматично възприятие за медийните формати на книгата, за него те са

взаимозаменяеми само при определени обстоятелства и затова той ползва предимно един от тях. Това интермедийното отношение се проявява при медиен избор, в който читателят е готов за замени предпочитания от него формат, стига другият формат да удовлетворява по-добре читателските му потребности в конкретен ситуационен контекст.

### Потвърждение на изследователските тези

В дисертационния труд се издигат три тези, които намират потвърждение както при теоретичното им осмисляне, така и при анализа на емпиричните данни относно пазарната реализация на книгите и читателските нагласи към тях.

*Печатният и електронният формат на книгата са в непрекъснат процес на трансформация и взаимна зависимост, като се адаптират към динамично променящата се медийна среда.*

Всеки от медийните формати на книгата претърпява трансформации, които се проявяват в целия комуникационен процес от създаването до потреблението им.

Запазвайки материалната си същност, печатната книга се адаптира към интензивната дигитализация на медийна среда, като се възползва от новите възможности, които дигиталните технологии предоставят. Няма етап от издателския процес, който да не е коренно променен от новите комуникационни средства и технически нововъведения: от сделките за издателски права и постъпването на изходния творчески материал през издателската и предпечатната подготовка до полиграфическото производство и маркетинговите дейности. Динамичната визуализация на интернет пространството силно повлиява оформлението на печатните книги, придавайки му повече агресивност и експресивност.

От своя страна, електронните книги и устройствата, с които се четат, предлагат функционалности, които имитират някои от веществените свойства на печатните книги. Бързината и всеобхватността на виртуалната комуникация правят електронните книги все по-лесно достъпни.

*Освен общите си медийни функции, печатните и електронните книги изпълняват различни специфични функции, които осигуряват трайното им съвместно съществуване и развитие в медийната екосистема.*

Всеки от двата формата на книгата – печатен и електронен – изпълнява функции, произтичащи от материалната му същност. Цитираните в дисертационния труд изследвания на читателските нагласи в чужбина и в България свидетелстват, че решаващо значение при медийния избор между двата формата имат именно функциите, определени съответно от физическата същност на печатните книги и от дигиталната същност на електронните книги. Предпочитанията към печатните книги се основават предимно на тяхната вещественост – богатство на сетивността, чувство за цялост, удоволствие от физическия контакт с книжното тяло, разполагане в интериорна среда. От друга страна, специфичният за виртуалното пространство бърз и лесен достъп до съдържание, както и възможността за съхранение и пренасяне на голям обем дигитална информация, се оказват най-често споменаваните основания за предпочитание към електронната книга. Чрез своите специфични функции печатните и електронните книги се проявяват като самостоятелни медийни формати.

*Новият електронен формат на книгата установява трайна позиция в медийната среда, но не създава условия за изместване на печатния ѝ формат, тъй като не може да изпълни всички негови специфични функции в удовлетворяване на читателските потребности.*

Оцеляването на печатните и електронните книги като медийни формати не се осигурява от взаимна имитация или дублиране на функциите им. Според концепциите за медийната екология, цитирани в дисертационния труд, всяка нова медия може да предизвика отмиране на стара медия само ако започне да изпълнява всички нейни комуникационни функции.

Теориите за иновациите в медиите, според които новите технологии постепенно изместват „старите“, не са безусловно приложими относно навлизането на електронните формати в книгоиздателската индустрия.

Концепциите за функциите на медиите също не съдържат достатъчно основания да се предполага, че печатният формат е в края на жизнения си цикъл. Печатните и електронните книги имат специфични функции, произтичащи от различната им материална същност. Тази разлика съществува обективно. Следователно, който и да е от форматите не може да изведе специфичните функции на другия, защото е невъзможно да придобие материалната му същност. Именно специфичните функции на печатните и електронните книги гарантират трайното им съвместно съществуване в медийната среда.

В общия си непрекъснат процес на трансформация и адаптация печатните и електронните книги се допълват в удовлетворяването на конкретните читателски потребности. Цитираните в дисертационния текст проучвания показват, че дори в дългосрочна перспектива, минимална част от респондентите очакват, че читателската им практика ще се доминира от електронните книги. Статистиката за изследваните чуждестранни пазари също не показва тенденция за отмиране на печатните книги и заместването им от електронните.

### Основни изводи

Теоретичният обзор на проблематиката на дисертационния труд, емпиричните данни от чуждестранни пазарни проучвания и социологически изследвания, собственото емпирично социологическо изследване и авторовата концепция за интермедийните отношения между печатните и електронни книги изграждат научната основа за формулирането на следните изводи:

- Печатните и електронните книги изпълняват общи функции, които произтичат от еднаквата им медийна идентичност, и специфични функции, които произтичат от различната им материална същност.
- Специфичните функции на печатните и електронните книги определят тяхната медийна самостоятелност, като проявлението им осигурява взаимното допълване на тези два формата в удовлетворяването на конкретни читателските потребности в определен ситуационен контекст.



- Печатните и електронните книги претърпяват трансформации и се адаптират към динамичната медийна екосистема в непрекъснат еволюционен процес.
- Потреблението на електронните книги като нов медиен формат обогатява и разширява читателските практики, без да поражда условия за отмирането на традиционните печатни книги.
- Субективното възприятие на читателя за печатните и електронните книги поражда три вида интермедийни отношения между тях – антагонизъм, алтернативност и допълване. Те се проявяват при потреблението им от читателя, като отразяват съответно радикално, неутрално и прагматично възприятие относно медийните формати на книгата и евентуалната им взаимозаменяемост.
- Няма съществени различия в читателските нагласи на чуждестранните и българските читатели към печатните и електронните книги като медийни формати.
- Тенденциите на изследваните шест чуждестранни книжни пазара имат специфични местни проявления, но общото между тях е устойчивата доминация на печатните книги.

Изводите от дисертационния труд дават отговор на основния изследователски въпрос. **Печатните и електронните книги се променят и адаптират към медийната среда като два самостоятелни медийни формата, допълвайки своите специфични функции в удовлетворяване на читателските потребности.**

Няма нито теоретични, нито емпирични основания да се предполага, че потреблението на електронните книги ще предизвика отмирането на печатните книги като медиен формат.

#### Предположения

Изследователските резултати от дисертационния труд дават основания за следните предположения за периода на следващите десет години:

- Печатната книга ще продължи да бъде доминиращият медиен формат в пазарната реализация на книгите, като ще претърпява

трансформации, произтичащи от технологични нововъведения в целия процес на нейното създаване, разпространение и потребление.

- Безплатният регламентиран и неправилен достъп до съдържанието на електронните книги ще се превърне в значим фактор за трайно увеличение на тяхното потребление.

- Пазарната реализация на печатните книги ще бъде във все по-голяма зависимост от технологичното развитие на онлайн търговията.

### **Справка за научните приноси на дисертационния труд**

#### Теоретични приноси

Създаден е модел на интермедийните отношения между печатните и електронните книги. Моделът разкрива връзката между субективното възприятие за двата медийни формата и медийния избор на читателя в ситуационния контекст на тяхното потребление.

Изведена е дефиниция на интермедийните отношения между печатните и електронните книги. Установени и дефинирани са три вида интермедийни отношения между печатните и електронните книги – антагонизъм, алтернативност и допълване.

Създаден е и модел на медийните функции на печатните и електронните книги, в който ясно са разграничени общите от специфичните им функции. Моделът онагледява зависимостта на обективното проявление на функциите на печатните и електронните книги от субективното възприятие на читателя за тези два формата като комуникационно средство и комуникирано съдържание.

## Научно-приложни приноси

Проведено е собствено емпирично социологическо изследване за читателските нагласи към печатните и електронните книги сред типологична извадка на пълнолетни български граждани. Събраните първични данни са анализирани и обобщени, като са формулирани изводите от изследването. Резултатите му са съпоставени със сходни по тематика, макар и различни по обхват и методология, чуждестранни емпирични социологически изследвания. Данните от изследването и техният анализ могат да бъдат полезни на всички, които практически или академично са ангажирани с издаване, разпространение, потребление и съхранение на книгата във всичките ѝ медийни формати.

Обобщена е достоверна и представителна информация за пазарната реализация на печатните и електронните книги в Съединените щати, Великобритания, Германия, Франция, Испания и Швеция. Това са страните, в които са проведени и емпиричните социологически изследвания на читателските нагласи и практики, цитирани и анализирани в дисертационния труд. Така се постига ясна представа за взаимната обвързаност на пазарната реализация на книгите и читателските нагласи към тях. Информацията за потреблението на двата формата на книгата на водещи чуждестранни пазари има практико-приложен потенциал, особено за издатели и книготърговци, които са пряко ангажирани с издаването и реализацията на книжната продукция.

Анализирана е официалната информация на Националния статистически институт и Националната агенция за ISBN за продукцията на книгоиздателската индустрия в България за второто десетилетие на века.

## Съдържание на дисертационния труд

Увод / 7

### **1. Първа глава – Научна интерпретация на печатната и електронната книга като медийни формати / 21**

1.1. Изследователски принципи / 21

1.2. Изследователски подходи / 22

1.2.1. Функционален подход / 22

1.2.2. Екологичен подход / 23

1.2.3. Технологичен подход / 24

1.3. Теоретична основа на дисертационния труд / 24

1.3.1. Концепции за функциите на медиите / 24

1.3.2. Концепции за еволюцията на медиите / 34

1.3.3. Концепции за иновациите в медиите / 46

1.3.4. Български теоретичен принос / 55

1.4. Теоретични обобщения / 67

### **2. Втора глава – Пазарна реализация на печатните и електронните книги / 74**

2.1. Медийен контекст на потреблението на печатните и електронните книги / 74

2.2. Количествени измерения на пазарната реализация на печатните и електронните книги / 79

2.2.1. Съединените щати – обрат в пазарните тенденции / 79

2.2.2. Великобритания – огледални тенденции на американския пазар / 85

2.2.3. Германия – нарастващи продажби на електронните книги / 90

2.2.4. Франция – подем на дигиталните формати / 92

2.2.5. Испания – устойчив пазарен растеж / 94

2.2.6. Швеция – незначителен дял на електронните книги / 96

2.3. България – доминация на печатния формат в книжната продукция / 97

2.4. Тенденции в пазарната реализация на печатните и електронните книги / 100

**3. Трета глава – Международни тенденции в читателските нагласи / 105**

3.1. Съединените щати – динамични читателски нагласи / 105

3.2. Великобритания – традиционализъм в читателските практики / 110

3.3. Германия – положителни нагласи към двата формата / 115

3.4. Франция – засилен интерес към електронните книги / 118

3.5. Испания – нарастваща популярност на четенето в свободното време / 120

3.6. Швеция – устойчиво предпочитание към четене върху хартия / 123

3.7. Превес на общото над специфичното в читателските нагласи / 125

**4. Четвърта глава – Емпирично социологическо изследване „Читателски нагласи към печатните и електронните книги“ / 129**

4.1. Теоретичен модел на изследването / 129

4.2. Методика на събиране и регистрация на данните / 132

4.3. Обобщение на емпиричните данни / 133

4.4. Резултати от емпиричното социологическо изследване / 156

4.5. Сравнителен анализ спрямо чуждестранните изследвания / 158

**5. Пета глава – Концепция за интермедийните отношения между печатните и електронните книги /160**

5.1. Възникване на интермедийните отношения между печатните и електронните книги / 160

5.2. Медийни функции на печатните и електронните книги / 164

5.2.1. Общи медийни функции / 164

5.2.2. Специфични медийни функции / 165

5.2.3. Модел на медийните функции на печатните и електронните книги / 172

5.3. Проявления на интермедийните отношения между печатните и електронните книги / 174

5.3.1. Антагонизъм / 174

5.3.2. Алтернативност / 177

5.3.3. Допълване / 178

5.3.4. Модел на интермедийните отношения между печатните и електронните книги / 179

Заклучение / 182

Справка за научните приноси на дисертационния труд / 192

Справка за публикациите и докладите по проблематиката на дисертационния труд / 194

Библиография / 195

Приложения / 206

**Справка за публикациите и докладите по  
проблематиката на дисертационния труд**

Публикации

АЛЕКСАНДРОВ, Георги. Облагането с ДДС на доставката на електронни книги в законодателството на Европейския съюз. В: Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Факултет по журналистика и масова комуникация. 2017, том 24, с. 185 – 204. ISBN 1311-4883.

АЛЕКСАНДРОВ, Георги. Тенденции в законодателството и практиката на задължителното депозиране в страните от Европейския съюз. В: *Библиотека*. 2017, № 6, с. 113 – 127. ISSN 0861-847X.

АЛЕКСАНДРОВ, Георги. Спадът в продажбите на електронни книги в САЩ и Великобритания – временна или устойчива тенденция. В: *Newmedia21*, 25 януари 2018. ISSN 1314-3794.

ALEXANDROV, Georgi. Transformation of Digital Legal Deposit in Terms of Legislation and Public Access. In: *Knygotyra*, 2018, vol. 70, p. 136-152. ISBN 0204-2061.

АЛЕКСАНДРОВ, Георги, Лилия Райчева. Читателски нагласи при избора между печатни и електронни книги. В: *Проблеми на постмодерността*, 2018, том 8, бр. 2, с. 135 – 152. ISSN 1314-3700.

ALEXANDROV, Georgi. Impact of Content Suitability and Reading Habits on E-book Consumption. In: *Postmodernism Problems*, 2018, vol. 8, no. 2, p. 168-181. ISBN 1314-3700.

ALEXANDROV, Georgi. Book Format Preferences of Children and Teenagers. In: *Piron*. (Статия, одобрена за публикуване в брой 19/ 2020)

## Доклади

### **Спадът в продажбите на електронни книги – фалшива новина или неочаквана реалност**

Докторантски семинар „Медии, комуникации, традиционно и дигитално публикуване“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, ноември 2017 г.

#### **1. E-reading Practices in the Access to Digital Repositories**

#### **2. The Challenges of E-reading Habits to the Trends of E-book Sales** (в съавторство с проф. Лилия Райчева)

Международна конференция Books and Screens and the Reading Brains, Вилнюс, Латвия, септември 2017 г.

### **Reading Practices among Children and Teenagers**

Международна конференция Reading Practices in the Digital Age, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, ноември 2018 г.

### **E-books versus Print Books: Digital Disruption or Media Evolution**

12-а медийна конференция за Централна и Източна Европа СЕЕСОМ 2019, Факултет по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, юни 2019 г.