

ПЕЧАТНИ КНИГИ И ДИГИТАЛНИ ФОРМАТИ. АНАЛИЗ НА ПРОМЕНИТЕ

Изабела Кръстева

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: След пандемията от COVID-19 електронната книготърговия получава своето признание като предпочитан начин за среща на читателя с книгите. Разнородни проучвания в областта на читателските предпочитания посочват засилен интерес към дигиталния книжен формат, който може да бъде закупен изцяло електронно и прочетен също във виртуално приложение. Издателските компании от своя страна търпят „проявленията на социалната роля“, съобразявайки се с практики, които интегрират широката достъпност до крайния книжен продукт. За да просъществува устойчиво книгоиздателският бизнес, е необходима неговата фундаментална еволюция спрямо новите тенденции. Наравно с технологичния скок се отчита и завишена книжна продуктивност, потреблението на книги се увеличава, читателските нужди подтикват към креативност на пазара.

В необятния виртуален свят електронната книга заема своя културен отпечатък спрямо променящата се виртуална среда и отразява нов тип конкурентност, съотнесена към печатната книга. Създаването на онлайн книжарница въвежда електронната книга в новаторската перспектива на публикуване на съдържание, към което читателя може да се докосне, без да се налага да чака своето печатно издание.

Ключови думи: печатни книги; електронна книготърговия; дигитален формат; издателства; технологии

ВЪВЕДЕНИЕ

Появата на електронната книга предоставя на читателите възможност да се насладят на изживяване от друг спектър. Електронната книга е с по-ниска цена, по-достъпна за потребителя поради възможността да я получи веднага онлайн, и освен това предлага варианти за четене на различни устройства.

Авторите също могат да обменят мнения и идеи за своите онлайн произведения, ползвайки новосъздадените за целта виртуални платформи за публикуване на книги.

Потреблението на електронни книги става предпочитано изживяване за читателя, защото любимата му книга може да е навсякъде с него, без да заема място. И все пак традиционното книгоиздаване успява да запази своето място в света на книгата. Винаги ще съществува интерес от страна на читателя към печатните издания – физическият досег с корицата и страниците носи несравнимо удовлетворение, което не може да бъде съпоставено с един дигитализиран прочит.

Традиционната книга в своята цялост, състояща се от форзац, капителанд,

коли, гръб, мукава и кант, все още е неизменна част от читателския свят. Докосването до анатомията на книгата е несъизмеримо преживяване, което не може да бъде заменено дори от удобствата на електронния вариант на книжното тяло. Да държиш в ръцете си чисто ново издание, е усещане, което се преживява със сърце, а не се описва с думи. Любителите на традиционното четене запазват своите предпочитания към това да държат книгата в ръцете си.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

За целта на изследването са използвани похватите на корелационния анализ, както и количествени и качествени методи. Чрез проведени наблюдения и събиране на статистически данни се изчислява резултатността на направеното изследване и се синтезира получената информация в аналитична форма. Ползваните подходи са емпирични и теоретични, като се позовават на висока научна стойност в книгоиздателската индустрия. Представени са данни за общите тенденции и иновации, върху които стъпват промените в книгопечата и дигиталните явления. Направена е причинно-следствена връзка в областта на технологичния напредък, която определя референтността на бъдещата корелационна политика и стратегия на книгоразпространение и ползите от дигиталния инструментариум.

РЕЗУЛТАТИ

Електронната книга със своите различни дигитални проявления под формата на файлови носители (PDF, EPUB и др.) с текст, звук или визуално съдържание може да се слуша и чете на различни за целта устройства. Улесненият достъп до електронната книга (e-book) гарантира нейното консуматорство от читателите поне веднъж в живота, но въпреки това няма гаранции, че ще бъде закупена. Електронната книга в наши дни притежава някои качества на традиционното издание, като свой ISBN, редакторско каре, стойност и сходно оформление, наподобяващо оригинала. Целта е четенето като преживяване максимално да се доближи до трепета от притежанието на книгата в оригинал.

Въпросът по създаването на първата електронна книга стои отворен, защото около 50-те години на миналия век започва да се изпитва все по-голяма необходимост от появата на нови възможности за четене. Сред първите създатели на e-book се смята испанската учителка Анхела Роблес, която иска да намали „тежестта на ученическата раница“ и се притеснява от прекаления обем от учебни пособия, които учениците носят със себе си (Koga e sazdadena parvata elektronna kniga?, 2022). Този факт бил от изключително значение да я мотивира да измисли електронен вариант на учебниците в полза на учениците. През 1949 г. Анхела успява да създаде подобно на книга електронно устройство, което към днешна дата е изложено в Националния музей за наука и техника в „Ла Коруня“. От този момент нататък Роблес започва да се споменава като една от създателите на електронната книга. Изобретението ѝ представлява механично устройство, което работи със сгъстен

въздух, текстът е събран на макари, които се зареждат на въртящи се вретена (Koga e sazdadena parvata elektronna kniga?, 2022).

Други известни на света личности, занимаващи се с електронно четене, проявяват умения в по-ранен период – 1930 г. Боб Браун споделя идеята си за създаването на устройство, което да модифицира книгата на екран. Въдъхновен от новопоявилите се филми със звук, Браун обяснява в своята книга „Четците“, че времената започват да се променят и четенето също може да добие друго измерение. Появата впоследствие на електронната книга не следва споменатия модел на Браун, но удостоверява и затвърждава прогнозата му за поява на преносим и минимизиран книжен четец. Понятието на Браун „проста машина за четене, която мога да нося със себе си, да закача за всеки стар електрически контакт и да прочета хиляди думи за десет минути“ остава доста подобно на първите осъществени електронни книги (Koga e sazdadena parvata elektronna kniga?, 2022).

Други известни личности, занимаващи се с електронното четене, са Дъглас Енгелбарт и Андриес ван Дам, които през 60-те години на миналия век обръщат сериозен поглед към изобретяването на електронна книга. Андриес Дам, от историческа гледна точка, се смята за създателя на наименованието „електронна книга“. Дъглас Енгелбарт е известен като създателя на компютърната мишка и човек, който посвещава живота си на познанието за новите технологии.

В университета „Браун“ двамата съмишленици водят проекти за книжни системи /(Hyper Editing system; File Retrieval etc.) дълги години. Новосъздадените документи са с наименованието FRESS, изпълняват се на ibm мейнфреймове и се отличават със структурна ориентация. Замисълът зад книжните системи е да се потребяват от различни читателски нужди, като предлагат дисплеен хардуер и оразмеряване на прозореца. В системата попадат указатели, хиперлинкове, графики (Koga e sazdadena parvata elektronna kniga?, 2022). FRESS устройството има широка употреба в университета, като на него се показват първичен текст, анотации и дискусии за множество учебни курсове по различни предмети. Вследствие на дългогодишното управление на проектите в „Браун“ компанията „Electronic book technologies“ създава „Dynatext“ – единствената по рода си SGML система за четене по електронен път.

По-детайлно проследяване на просъществуването на електронната книга в нейната неразривна цялост, която се среща и днес, показва и друга времева датировка на появата на електронните издания. Посочената исторически година е 1970 г., когато на преден план се появява така наречената „електронна хартия“, а основателят се казва Ник Шеридън (Koga e sazdadena parvata elektronna kniga?, 2022). Той кръщава изобретението си „Gyricon“. Източниците описват изобретението като „прототип на електронната хартия, представляващ прозрачен силиконов лист, състоящ се от хиляди, миниатюрни пластмасови сфери“. Сферите са разделени на две, като черната половина е с електростатичен заряд, а бялата – с електронеутрален. Посредством сферите се появява черно-бялото изображение, което наподобява на екрана на съвременните лаптопи. За съжа-

ление, управата на „Херох“ премахва Шеридън от осъществяването на проекта, тъй като не са съгласни външният вид на разработваното устройство пряко да напомня визията на екран на лаптоп (Koga e sazhdadana parvata elektronna kniga?, 2022).

Друг разпознаваем създател на електронната книга е Майкъл Харт. За година на изобретяване се счита 1971 г., когато в САЩ, в университета на Илинойс, се появява проектът, наречен „Гутенберг“. Харт успява да получи „операторски акаунт на стойност 100 000 долара от операторите на сървъра Ксерокс Сигма 5“. Това се оказва повратна точка в неговата кариера, защото му предоставя възможност да опита да осъществи хартиените книги в електронни. В проекта се записват над 1000 доброволци, които набират книжното съдържание на компютър, като след това се качват публикации в интернет. Проектът успява да набере достатъчно съмишленици и впоследствие започва обработка на данните от библиотечните фондове. През времето на обучението си в университета Харт ползва кода ASCII, преписвайки текста на американската Декларация на независимостта в електронен формат (Koga e sazhdadana parvata elektronna kniga?, 2022).

В следващите години се появява подобрена технология за електронно четене благодарение на физика Джоузеф Якобсън. Годината на създаване на неговата иновация е 1990 г., по време на неговата работа в „Media Lab“ на M.I.T. Поради засиления интерес на Якобсън към технологичните нововъведения, няколко години по-късно участва в създаването на компанията „E INK“. Фирмата започва няколко разработки на електронни четци и в колаборация с „Lucent Technologies“ решават да направят опит за създаването на електронна хартия. Опитите и проучванията, които провеждат, водят до крайния резултат на полагане на основата, върху която занапред ще стъпи създаването на електронната книга. През 1998 г. множеството проведени експерименти, предшествващи появата на електронните книги, резонират в осъществяването на устройството електронен четец. На пазара се появяват две фирми, които са в пряка конкуренция за своя продукт, който са разработили паралелно. Фирмите „Nuvomedia“ и „Softbook Press“ представят официално своя краен продукт на пазара – първите устройства за електронно четене, съответно „Rocketbook“ и „Softbook“ (Kakvo e elektronna kniga (e-book)? н.д.). Четците са направени от течнокристален дисплей и са ергономични. След успешното представяне на пазара компаниите вземат решение да обединят усилия, работейки в посока подобряване на електронните четци. Така успяват да създадат устройства и с цветен дисплей. Името, с което двете фирми започват съвместната си дейност, е „Gemstar“. За съжаление, компанията банкрутира бързо поради неефективна маркетингова стратегия. След фалита на „Gemstar“ не са известни други компании, желаещи да се занимават с електронните четци и тяхното усъвършенстване, в продължение на няколко години (Kakvo e elektronna kniga (e-book)?, н.д.).

През 2004 г. се завръща интересът към електронните четци, като компанията SONY предлага на своите потребители устройството „SONY Librie“, за чиято разработка е ползвана технологията „eink“.

Интересът към електронните книги се засилва след 2004 г. и започват да се появяват различни устройства от различни краища на света. Холандската компания „iRex technologies“ надгражда своя проект и започва да произвежда електронния четец „Illiad“, чиято цена обаче се оказва твърде висока за пазара (в размер на 600 евро), което прави продукта недостъпен за голяма част от активните читателски маси. Размерите на устройството са доста забележителни – 8 инча дисплей, сензорен екран и 16 нива на сивото (Kakvo e elektronna kniga (e-book)? н.д.).

Потребителският интерес към производството на масов, широкодостъпен продукт се явява сериозно предизвикателство за компаниите и през 2006 г. американската фирма SONY представя иновативния си електронен четец „SONY Reader“, който веднага спечелва читателските симпатии и по отношение на размера се забелязват значителни подобрения. Дисплеят е 6-инчов, сивото е на четири нива и поддържа файловете PDF и LRE. Конкурентността за разработването на подходящия продукт довежда и до включването на Китай с неговия продукт „jingle 8“, който има същите параметри като устройството на SONY и освен това поддържа и файловете формати HTML и WOLF.

Историческите сведения по въпроса за създаването на електронната книга посочват и Робърт Буса, чийто електронен показалец, наречен „Index Thomisticus“, също се счита за първото електронно произведение. В по-късни години показалецът се дистрибутира под формата на дискове, като през 2005 г. вече е публикуван и онлайн. Теорията, че показалецът наподобява първото електронно издание, бива оспорвана в пълния смисъл на визуалната характеристика за електронна книга.

Със свое устройство на пазара през 2007 г. се откроява и Amazon с книжния четец „kindle“. И при този продукт са спазени сходните параметри на 6-инчовия екран и 4-те степени на сивото, като при него се забелязва и наличието на 200 mb вградена памет за запамятаване на съдържание (Kakvo e elektronna kniga (e-book)? н.д.).

В следващите години електронните четци започват своето усъвършенстване, като много компании поемат инициативата да представят нови устройства с най-различни подобрения, според читателските мнения и нагласи. На пазара се открояват моделите на SONY, Irex, Eloneex, Booken и т.н. (Kakvo e elektronna kniga (e-book)? н.д.).

Всички тези опити да бъде създадена електронната книга, имат своя заслужен принос в епохата на дигитално развитие и без опитите за създаване на такава полезна форма на книгата нямаше да бъдем свидетели днес на истинската електронна книга, която можем да изтеглим от всяко земно кътче и на всяко електронно устройство.

Революциите в технологичния свят вървят ръка за ръка в своето стремглаво и глобално развитие и тези промени са нужни на хората, за да им помагат в ежедневието. След 2000 г. формата на електронната книга приема своя завършен вид – файл за теглене, опция за закупуване онлайн и възможност за печат след сваляне.

Повечето книги днес присъстват на пазара дигитално и печатно, някои са само едното или другото, но под каквато и форма да ги срещаме, те остават нашия неизменен спътник при нужда от информация или обогатяване на вътрешния ни свят. Пред електронните книги стои голямо бъдеще, в което те ще се купуват на по-ниска стойност, ще са все по-достъпни и предпочитан начин за бързо удоволствие от четенето.

Традиционните издателства, които съумяват да запазят своя пазарен дял във време на цялостна, продуктова дигитализация, разчитат на своя собствена функционалност, която следва да им помага в търсенето на печеливши автори.

През 2012 г. издателствата дружно създават вътрешен документ, по който да се ръководят в умиъла за собствено утвърждаване в бизнеса. Първата и основна функция, която трябва да се следва, е откриването и развиването на таланти, като основните точки, по които ще се работи с тях, са експертността на редакторите в подпомагането на ролята на писателя (Gulnova, 2015). Друга важна подробност е подobaващата инвестиция в автора, финансирането на идеите му под формата на аванс, стимулиране на създаването на партньорства и др. Навременната финансова помощ за автора му предоставя възможност за по-голяма мотивация при проявата на творческия му потенциал.

Сред изключително важните маркетинг модели, които традиционните издателства трябва да използват, са разпространяването и продаването на книгата на по-широка аудитория, за чиято цел ще е необходима специфична логистична подготовка. Ресурсите, които са необходими, включват разпределянето на книгите на правилните за желаната цел места, добра комуникация с партньори и дистрибутори, новаторски идеи и следване на ясни маркетингови стратегии. Презентацията на автора трябва да събуди интереса на публиката по инвестиращ вниманието начин и това изцяло зависи от правилно позиционираната маркетингова „експертиза“ (Gulnova, 2015). Посланията към читателите са ценен фактор за добиването на търсената публичност. Задължителен елемент от страна на издателството е с всички сили да защитава интелектуалната собственост на твореца и неговите права стриктно.

Следвайки изброените по-горе правила, издателствата все още имат голям шанс за запазване на своята автономност и суверенитет. Проучванията през последните години показват стремеж от страна на книгосъздателите да доказват правото на своето съществуване в книжния свят, предоставяйки широк набор от услуги на авторите, с които да ги привлекат. Конкурентността на книжния пазар е изключително висока, тъй като от десетилетие насам редица автори могат да публикуват книга свободно в интернет. Големите дигитални платформи, като „Amazon“ (най-голямата електронна книжарница в света) и „Smashwords“, се възползват от това свое предимство и предлагат голям процент новоиздадени книги. Технологичният бум предоставя възможност за постоянно обновяване на електронните книжарници и доставчиците на такъв тип услуги постоянно нарастват.

Книжният пазар е изключително динамично развиващ се и това е основ-

ната причина за все по-честата поява на електронни издания. Платформата „Smashwords“ отдава рекордните 70,5% приход на своите автори, като освен това предлага изготвяне на подходящи маркетинг концепции и богат инструментариум за регулиране на процесите, предшестващи появата на книгата. Няколко подобни сайта определят в голяма степен конкурентността помежду си, а също и с традиционните издателства, които също публикуват книги онлайн. В САЩ 80% от пазарния дял се пада на традиционните издателства, които имат по-успешна продажбена стратегия и генерират повече покупки на книги. Освен това печатните издателства предлагат авансов хонорар на своите автори и така нареченото „bricks and mortar“ разпространение, докато електронните платформи за самостоятелно публикуване нямат такава опция, но пък могат да разпространяват в няколко онлайн книжарници (Myseag, 2022).

Въпреки наличието на разнообразни платформи за самопубликуване одобрението на голямо печатно издателство все още е търсено от авторите. Статистиката посочва устойчив ръст на книгопродажбите в Америка и Германия през годините на растеж на информацията в интернет и утвърждаването на електронните книги. Делът на продажби в Щатите е в стабилитет от около 26–28 млрд. на годишна база, а в Германия темповете на продажби достигат 10 млрд. на годишна база.

Един от периодите, които заслужават да бъдат разгледани, е появата на пандемията от COVID-19, когато поради масовото затваряне на търговски вериги и книжарници се очаква сериозен крах на книготърговската индустрия. Противно на очакванията, до такъв не се стига през 2020 г., даже е отбелязан забележителен ръст на продажбите на печатни и електронни издания в САЩ – над 942 млн. екземпляра са разпродадени. Затварянето на хората в домовете им поради наложените рестрикции за ограничение на заболяемостта е компенсирано с домашната употребата на голям брой книги (Myseag, 2022).

Сравнявайки с паричните стойности в книгоиздаването на италианския пазар, виждаме, че е достигнат най-високият нетен приход за 10-годишен период. Стойностите и на други европейски държави, като Франция, Великобритания и скандинавските страни, също бележат покачване на приходите от книгоразпространение, където е по-развита електронната книготърговия. От друга страна, Източна Европа и Португалия не успяват да задържат високи продажби и там се отчита спад в книжния сектор заради недотам развитата търговска онлайн практика. Общият поглед върху четенето по време на пандемията показва увеличен интерес към книгата в електронен формат и цялостна активност от страна на читателите в потребяването на книги. Факторите, които генерализират и потвърждават съжденията за прираст при потреблението на изданията, са статистическите данни и през втората пандемична година 2021 г., където резултатността е по-висока от 2020 г. През 2021 г. британският книжен пазар продължава да нараства спрямо 2019 и 2020 г. Подобна е картината и в САЩ в съпоставка със същия период – 13% увеличение. Своя символична прогноза за развитието на книжния пазар по време на пандемията изказва Маркус Доле,

президент на известната компания „Пенгуин Рандъм Хаус“, който заявява, че „сега е най-доброто време за книгоиздаване от Гутенберг насам“ (Myseag, 2022). Неговото мнение отлично описва създалата се обстановка в желанието за четене от страна на потребителите и макар да е създала известни съмнения у аудиторията, оптимистичната му нагласа се потвърждава с фактите за бум на книгопродажбите.

По време на пандемията и въпреки чуждестранните успехи на книгоиздателския бранш България определено изостава в начинанията. Въпреки засиления тираж и рекордни стойности за 2020 г. от около 11 000 книги, се наблюдава спад в общия и средния тираж, с неяснота относно излъчените продажби. Общата информация е свързана с броя на издадените книги, но не и на тяхното потребление. Според данните началният тираж е със занижени стойности, което предполага по-малко реализируеми печалби, въпреки по-високия процент на новоиздадените книги. От друга страна, в Швеция потреблението на книги по време на пандемията се оказва по-високо в сравнение с предходни години и това довежда до връщане обратно на поетата държавна субсидия за подпомагане на книгоиздателския бизнес в страната (Myseag, 2022).

ДИСКУСИЯ

Случващото се в книгоиздаването в световен план може да се обобщи в няколко етапа. През последното десетилетие, въпреки очакванията за крах в традиционното книгоразпространение, се отбелязват устойчивост и безкомпромисност на печатната книга като предпочитан продукт от читателя. Електронната книготърговия бележи подем като търсен метод за бърза доставка на любимото издание.

Виртуалното маркетизиране на книгата измества наличните маркетинг ресурси и остарели стратегии. Книгоразпространението онлайн е толкова достъпно за всеки, че изцяло обезсмисля участието на търговски посредници в книжарниците. Дигитализацията на книгоиздаването променя тенденциите и въвежда неговите етапи – подготовка, процеси и права – във виртуалната реалност.

Еволюцията на електронната книга е важна за подготовката на бъдещето, пред което е изправен целият свят – ултимативното файлово носителство, чрез новите технологични устройства: опитите за създаване на електронен продукт, въвеждащ неговата висока научна и техническа стойност, която ще предлага информативни бази данни безпрепятствено. Барьерите и границите откъм досег с технологиите се размиват и технологиите стават изключително достъпни от четящия и търсещия човек, като електронната книга е ключов фактор за разпространение на ценно съдържание. В този ред на мисли е съвсем нормално пренасочването на маркетинг усилията да се съсредоточи в промотирането на електронните издания като лесен и достъпен информативен източник. Любителите на традиционната книга запазват своя пазарен дял и се открива място под слънцето за предпочитанията на всеки, но едно е сигурно – цикълът на промяната на електронната книга тепърва ще извървява своя път.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Етапите на книгоеволюция са фундамент на революционната прогресия на запазването на словото в книжна форма. Ресурсите и съсредоточаването върху това да се запечатват писанията на човечеството върху различни носители, носят своя дух на култура и народност, която разказва своята история. Историческите сведения, описващи начините за осъществяване на електронната книга, са още едно доказателство за жаждата за знания и нуждата от творческа изява.

Електронните книги са успешният експеримент на века и отправят своя зов към читателите, подтиквайки ги към запознаване с иновационните, цифрови процеси. Дигитализацията несъмнено оставя своите следи в бита на всеки човек. В забързаното ежедневие възможността да носиш своята любима електронна книга на мобилното си устройство, е сериозно преимущество. Изводът е само един – под каквато и да е форма четенето трябва да продължи да се развива, защото без него еволюционните процеси за невъзможни.

REFERENCES:

- Gulnova, M. Kakvo izvarshvat izdatelite v svyat, v koyto vseeki mozhe da publikuva kniga? [onlayn]. // Medmarbg.wordpress.com, 21.01.2015 Достъпен на: <https://medmarbg.wordpress.com/2015/01/21/%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%BE-%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D1%8A%D1%80%D1%88%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%81%D0%B2%D1%8F%D1%82-%D0%B2-%D0%BA%D0%BE/> [Гулнова, Мария. Какво извършват издателите в свят, в който всеки може да публикува книга? [онлайн]. // Medmarbg.wordpress.com, 21.01.2015 Достъпен на: <https://medmarbg.wordpress.com/2015/01/21/%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%BE-%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D1%8A%D1%80%D1%88%D0%B2%D0%B0%D1%82-%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%81%D0%B2%D1%8F%D1%82-%D0%B2-%D0%BA%D0%BE/>]
- Kakvo e elektronna kniga (e-book)? [onlayn]. // Ebook.place.bg Достъпен на: <https://ebook.place.bg/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D0%BE/%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%BE-%D0%B5-ebook/> [Какво е електронна книга (e-book)? [онлайн]. // Ebook.place.bg Достъпен на: <https://ebook.place.bg/%D0%BF%D0%BE%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D0%BE/%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%BE-%D0%B5-ebook/>]
- Koga e sazhdadana parvata elektronna kniga? [onlayn]. // Actualno.com, 29.04.2022, Достъпен на : https://www.actualno.com/curious/koga-e-syzhdadana-pyvata-elektronna-kniga-news_1745670.html [Когато е създадена първата електронна книга? [онлайн]. // Actualno.com, 29.04.2022, Достъпен на : https://www.actualno.com/curious/koga-e-syzhdadana-pyvata-elektronna-kniga-news_1745670.html]

Myseag. „Mного се говори за книги, но малко се говори за книгоиздаване“ [онлайн].// Litvestnik.com, 26.01.2022 Достъпен на: <https://litvestnik.com/2022/01/26/%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%81%D0%B5-%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8-%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D0%BA%D0%BE-%D1%81%D0%B5-%D0%B3/>

PRINTED BOOKS AND DIGITAL FORMATS. ANALYSIS OF CHANGES

Abstract: *After the Covid 19 pandemic, e-book trade has gained recognition as the preferred way for readers to meet books. Various studies in the field of reader preferences indicate an increased interest in the digital book format, which can be purchased entirely electronically and also read in a virtual application. Publishing companies, for their part, tolerate the “manifestations of the social role” by complying with practices that integrate wide accessibility to the final book product. In order for the sustainability of the book publishing business to exist, its fundamental evolution in relation to new trends is necessary. Along with the technological leap, increased book productivity is also being recorded, book consumption is increasing, and reader needs are prompting creativity in the market. In the vast virtual world, the e-book takes its cultural imprint on the changing virtual environment and reflects a new type of competition, relative to a printed tab book. The creation of an online bookstore introduces the electronic book into the innovative perspective of publishing content that the reader can access without having to wait for their printed edition.*

Keywords: *printed books; electronic bookselling; digital format; publishers; technologies*

Izabela Krasteva, PhD Student

University of Library Studies and Information Technologies

Sofia, Bulgaria

E-mail: ilincevai@gmail.com