

FRI-2G.510-1-ESIS2-05

---

## READING PRACTICES IN THE DIGITAL ERA. DOWNLOADING AND COPYING OF BOOKS IN THE CONTEXT OF THE DILEMMA INTELLECTUAL RIGHTS - ACCESS TO CULTURE<sup>67, 68</sup>

---

**Vanya Georgieva, PhD Student**

PhD programme in Political Science

Faculty of Business and Management

University of Ruse "Angel Kanchev", Bulgaria

Tel.: 0896844645

E-mail: vgeorgieva@uni-ruse.bg

**Abstract:** *The paper explores the major changes in society due to the upsurge of digital technologies embedded and impacting the social and cultural context of everyday practices. The transformations of cultural consumption and reading practices in particular are one side of the coin. On the other side are the changes in public relations that ground the so-called economy of knowledge and call for a new concept addressing the universal right of access to culture. Representative empirical data for the adult population of Bulgaria are presented in the paper that reflect practices of downloading and copying book, including the illegal use of free intellectual resources. Analyzed data highlight key perceptions that could navigate the discussion and help build a balanced strategy that is both inclusive for society and protective for authors and publishers.*

**Keywords:** culture, books, reading practices, digitalization

**JEL Code:** Z18

### ВЪВЕДЕНИЕ

Дигиталната ера и технологичното развитие имат огромно влияние за динамизиране процесите на промяна в начина на живот, моделите на социализация и комуникация. В съвременния свят внимателното проследяване на тези промени и адекватната и бърза адаптация в моделите на предлагане на продукти и услуги е единствената възможна формула за оцеляване в условията на глобален и изключително конкурентен пазар. Тема на настоящият анализ са книжният пазар и практиките на четене в контекста на изместването на голяма част от ежедневните практики в дигиталното пространство и силната доминация на телевизията в структурата на свободното време. Различни проучвания сочат, че в световен мащаб тези промени отдавна се схващат и използват като двигател за диверсифициране в предлагането на книжни ресурси и разнообразяване на формите, под които книгите достигат до хората. Едно очаквано следствие от тези процеси на адаптация е т.нар. „разширяване на читателския опит“. В този смисъл големите пазари със силни традиции в разпространението на книги приемат предизвикателствата на променящия се свят като възможност за растеж и развитие.

Доколко подобни процеси на „синхронизация“ с духа на времето се случват и у нас е въпрос, който тепърва ще бъде поставян. Равносметката, проследявайки тенденциите във времето, ще покаже до каква степен книжният пазар в България успява да задържи и разшири аудиториите или напротив, предизвикателствата пред него се задълбочават.

---

<sup>67</sup> Докладът е представен на 27.10.2022 г. в секция Европеистика и международни отношения с оригинално заглавие на български език „ЧИТАТЕЛСКИ ПРАКТИКИ В ДИГИТАЛНАТА ЕРА. СВАЛЯНЕ И КОПИРАНЕ НА КНИГИ В КОНТЕКСТА НА ДИЛЕМАТА ИНТЕЛЕКТУАЛНИ ПРАВА – ДОСТЪП ДО КУЛТУРА“.

<sup>68</sup> Настоящият доклад е в изпълнение на проект на Факултет "Бизнес и мениджмънт" на тема "Изследване на регионалните потенциали за развитие на социално иновативни екосистеми в условия на дигитална трансформация", финансиран от Фонд "Научни изследвания" на Русенски университет „Ангел Кънчев“.

Настоящото изследване цели да изследва тези въпроси, използвайки най-богатите на емпирична информация масиви от данни, фокусирани върху читателските практики на българското население. Анализът ще се оприе да данни от няколко национално представителни проучвания на читателските практики, реализирани в периода 2006 – 2021 г. от социологическа агенция „Алфа Рисърч“ и инициирани от представители на академичната общност, издатели и техни сдружения. Стартирало по-скоро като инцидентен опит за осветяване на темата, свързана с интереса и практиките на четене, по-късно около тази проблематика се фокусира и научно-изследователския интерес на Катедра „Културология“ на СУ „Климент Охридски“, а проучването е включено като един от изследователските модули в интердисциплинарния проект „Читателски практики в България“ (2014 – 2019г.), реализиран под ръководството на проф. Александър Кьосев. Поради описаните трансформации в интересите и целите, на които тези проучвания служат, индикаторите в тях с годините са доразвивани и обогатявани или „изоставяни“, доколкото функцията им е била да очертаят определен типичен за времето си феномен или практика. Голяма част от индикаторите, обаче, са изследвани и проследявани като тенденции в годините, откъдето идва и тяхната най-голяма познавателна и изследователска ценност.

Изготвеният анализ ще стъпи на подбрани вторични данни от проведените пет вълни на проучването на читателските практики (през 2006, 2009, 2014, 2019 и 2021 г.) и конкретно онези от тях, които имат отношение към развитието на книжния пазар, потреблението на книги и свободния достъп до интелектуална собственост. В някои от случаите данните ще бъдат представяни в сравнителна перспектива, когато съответните индикатори са били проследявани във времето. В други случаи, когато се касае за теми, които са включени в проучванията едва през 2021 г., ще бъдат представяни данни само за съответната година. За да се поставят емпиричните данни от проучвания на общественото мнение в контекста на обществените и икономически процеси, в които са потопени, ще бъде представена и обективна информация, очертаваща тенденциите в развитието на книжния пазар.

## ИЗЛОЖЕНИЕ

### КНИЖНИЯТ ПАЗАР – АКТУАЛНО СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

По данни на Федерацията на европейските издатели, в която членуват 29 национални организации от страните-членки на ЕС и ЕИП, включително Асоциация „Българска книга“, първата година от пандемията от Covid-19 е маркирана първоначално от силен спад на продажбите, който до нейния край е компенсирал в голяма степен. В крайна сметка, 2020-та година е определена от Федерацията като умерено негативно повлияна от пандемията с общ годишен приход от продажби от издателска дейност в размер на 22, 2 милиарда евро, само 0,2 милиарда по-малко в сравнение със силната 2019 г. Тези данни, обаче, трябва да се разглеждат с повишено внимание към детайлите и значителните разлики в националните държави, формите и каналите на потребление.

Книжният пазар в България се развива относително устойчиво в последните няколко години. Данни на НСИ за периода от 2014 г. до 2021 г. показват нарастване на броя издадени заглавия – книги и брошури, на годишна база. Само за последната една година ръстът е с 8%. Статистиката на Федерацията на европейските издатели за 2010-2015 г. поставя България до страни като Швеция, Белгия и Холандия по брой нови заглавия на 1 милион души население. Впечатление прави, обаче, низходящият тренд при годишния тираж от 2018 г. насам, който за последната една година намалява с цели 25% и стига до нивата, измерени през 2015-2016 г. Т.е. разнообразието от публикувани заглавия расте, за сметка на тиража, в който се издават. В края на 2021 г. от Асоциация Българска книга отчитат намаляване цените на книгите средно с около 9% в големите вериги книжарници, както и ръст в потреблението. Подобрените показатели, според тях, се дължат на намаляването на

ДДС за книгите от 20% на 9% като една от компенсаторните мерки на държавата за справяне с последиците от пандемията. В случай на поддържане ниските нива на ДДС за книгите и в следващите години, ще може да се измери трайният ефект от мярката върху издателската дейност и потреблението.

**Фиг. 3.1. Издадени книги и брошури за 2021 г.**

|             | <b>Заглавия /брой/</b> | <b>Тираж /хил. бр./</b> |
|-------------|------------------------|-------------------------|
| <b>2014</b> | 7515                   | 4031                    |
| <b>2015</b> | 9320                   | 4904                    |
| <b>2016</b> | 8530                   | 4507                    |
| <b>2017</b> | 10068                  | 6710                    |
| <b>2018</b> | 9842                   | 11262                   |
| <b>2019</b> | 9516                   | 7627.8                  |
| <b>2020</b> | 10769                  | 5740.1                  |
| <b>2021</b> | 11700                  | 4989.6                  |

Значителните промени, пред които е изправена издателската индустрия не само в България, но и в световен мащаб, са още по-видими по отношение на периодичните печатни издания като вестници и списания. У нас за последните 7 години броя на издаваните вестници намалява с над 30%, а годишният тираж – с над 60%. И въпреки че за разлика от периодиката, книгите на хартиен носител посрещат на пръв поглед по-леко предизвикателствата на дигиталната ера, ерозията в традиционните читателски практики и утвърждаването на новите форми на четене ги поставя в ситуация на засилена конкуренция с алтернативните дигитални формати, особено в медийната сфера.

**Фиг. 3.2. Издадени вестници за 2021 г.**

|             | <b>Заглавия /брой/</b> | <b>Тираж /хил. бр./</b> |
|-------------|------------------------|-------------------------|
| <b>2014</b> | 295                    | 315712                  |
| <b>2015</b> | 283                    | 267346                  |
| <b>2016</b> | 262                    | 229008                  |
| <b>2017</b> | 245                    | 196288                  |
| <b>2018</b> | 239                    | 216037                  |
| <b>2019</b> | 223                    | 169261                  |
| <b>2020</b> | 209                    | 123286.5                |
| <b>2021</b> | 201                    | 119588.1                |

Изместващите се все по-близо до дигиталния свят ежедневни практики и културно потребление, ускорени от ограниченията в социалния климат по време на пандемията от Covid-19, провокират създаването на нови пазарни и маркетингови механизми, с които да се насърчи интересът към алтернативните форми на четене. Смисълът от това усилие е разширяване на читателската аудитория, особено сред по-младото население, което се социализира в съвсем различна среда от поколенията, традиционно привлечени от книгите на хартия. В Швеция, например, над 50% от населението на възраст между 16 и 29 г. и 38% от хората до 85-годишна възраст заявяват, че слушат аудио книги в свободното си време. Данните за европейския пазар също потвърждават нарастващите с бързи темпове от 2019 г. насам роля и пазар на аудио книги, а преди това, в периода 2011-2014 г., и на електронни книги. В България, въпреки идентифицирания ръст спрямо 2019 г., към момента слушащите аудио книги са едва 1,5% от цялото население. Тези разлики с общите трендове в Европа, обаче, не означават по-засилена роля в България на традиционните източници на снабдяване с книги като книжарници и библиотеки. Напротив, нивата на ползваемост на такива канали за снабдяване са близки до средноевропейските. Основната разлика е в степента на диверсификация на дигиталните канали за разпространение и създаване на съдържание, и

съответно, в тяхната употреба. В този смисъл, българският книжен пазар все още не се възползва в достатъчна степен от тези възможности, същевременно осъзнавайки огромните рискове от нарастващото отчуждаване на младежката аудитория от устойчивите читателски практики и интерес към книгите.

На база няколко различни индикатора, включени в проведеното през 2021 г. проучване, може да се твърди, че потенциалният книжен пазар в България обхваща около 40% от пълнолетните българи. Техният дял остава относително непроменен през последните 15 години, период, за който са налични сравнителни данни от изследвания на читателските практики, реализирани от Алфа Рисърч<sup>69</sup>. В сравнителна перспектива спрямо останалите страни от ЕС, обаче, по данни на Евростат от 2016 г. България дели с Гърция последното място по дял на разходите за книги, вестници и канцеларски материали от общите разходи на домакинствата (0,6%). Въпреки това, средствата, заделени за книги месечно се увеличават в последните осем години, но като следствие основно на повишението в ценовите равнища. Оборътът от продажба на книги в България за 2015 г. е съизмерим с този в страни като Румъния, Сърбия, Словакия и Словения, а по-ниски стойност са постигнати само в Латвия, Естония и Исландия, всяка от които с население три и повече пъти по-малко от населението на България<sup>70</sup>.

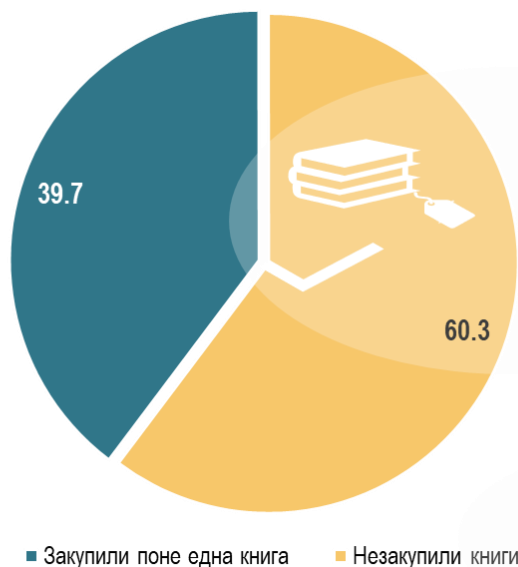
Българският книжен пазар е най-активен в столицата и големите областни центрове. Структурата на участниците в него до голяма степен се припокрива с тази на активните читатели. Купуващите книги са съсредоточени в средите на хората с висше образование, представители на интелигенцията, свободните професии и служителите, с доходи най-често над 800 лв. на човек от домакинството. Най-ниско е закупуването на книги в селата, от хората с основно образование (над 85% от тях не купуват книги), от най-младите, но и от най-възрастните (около 65% от тях). Също така жените са с около 10% по-активни участници на книжния пазар от мъжете. Приблизително същата и отново в полза на жените е разликата в дела на четящите сред двата пола, а жените са като цяло по-активно четящи от мъжете. На практика изключени от книжния пазар са тези, които не притежават книги – 92% от тях не са закупили и нито една през последната година.

<sup>69</sup> Резултатите от проведените през 2006 г., 2009 г., 2014 г., 2019 г. и 2021 г. национални изследвания на читателските практики са налични на уебсайтовете на Асоциация Българска Книга и социологическа агенция „Алфа Рисърч“. Специални благодарности на екипа на „Алфа Рисърч“ за предоставените пълни бази данни от проведените проучвания.

<sup>70</sup> Естония бележи едни от най-ниските обороти от продажба на книги в Европа, защото е и една от европейските страни с най-малък брой население. Въпреки това, международно изследване, проведено в 31 страни по света сочи, че именно естонците притежават най-голям брой книги – средно 218 книги на домакинство.

Фиг. 3.3. Обхват на пазара на книги в България

Колко книги приблизително сте закупили през последната година (общо – за вас децата ви, за подарък)? (%)



| ЗАКУПИЛИ ПОНЕ ЕДНА КНИГА: |     |
|---------------------------|-----|
| 2006                      | 42% |
| 2009                      | 39% |
| 2014                      | 37% |
| 2019                      | 38% |

База: Цялата извадка

Фиг. 3.4. Месечен разход за книги



База: Цялата извадка

През лятото на 2022 г. друга международна организация, Европейската и международна федерация на търговците на книги (European and International Booksellers Federation), представляваща национални браншови организации от цял свят и над 25 000 индивидуални търговци – книжарници, вериги от книжарници и семейни бизнеси в сферата на търговията с книги, публикува доклад, очертаващ тенденциите в индустрията. Данните в него се основават на попълнени въпросници от общо 18 национални браншови организации, 14 от които са от държави-членки на ЕС. Всички национални представителства на търговци на книги от ЕС декларират ръст в продажбите (който варира от 1% в Австрия до рекордните 25% в Испания), а като основен приоритет организациите посочват засилване на дигиталното присъствие и оптимизиране на каналите за онлайн продажби. Половината от участвалите в проучването организации свидетелстват за това, че комбинирането на възможностите за физически и онлайн продажби през втората година от пандемията (2021 г.) се е оказало успешна стратегия за постигане на ръст в продажбите.

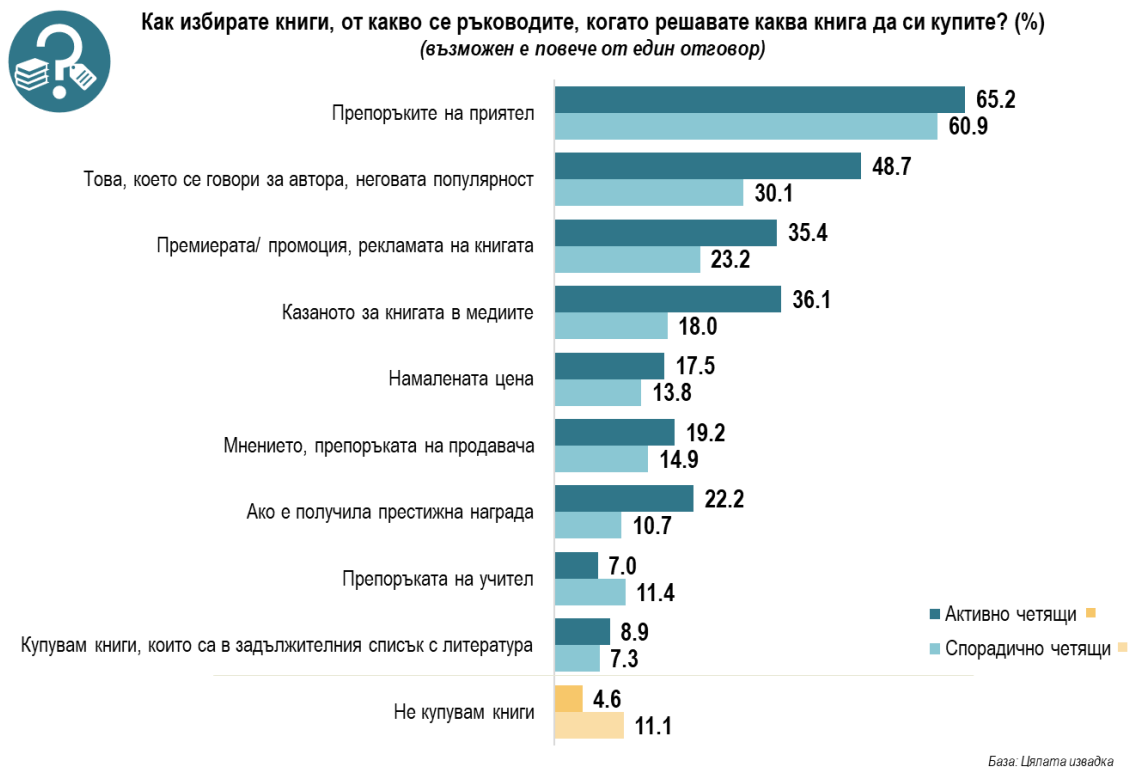
## ТРАНСФОРМАЦИИ В МОДЕЛИТЕ НА ПОКУПКА НА КНИГИ

Доколко българският книжен пазар и търговците на книги са се възползвали от промените в моделите на потребление във физическа и онлайн среда е въпрос, на който тепърва ще се търси конкретен отговор. Измерените към края на 2021 г. нагласи действително очертават променена картина на моделите на покупка на книги, особено погледнато от перспективата на изминалите две десетилетия. Данните показват как във времето се появяват, набират популярност и впоследствие отмират различни маркетингови стратегии и инструменти (като например предлагането и покупката на книги с комплект с вестник). Други търговски практики, макар някои от тях с по-ограничена експозиция, се развиват и утвърждават своята устойчивост – панаири на книгата/базари, онлайн търговия, както и книжарници, които остават главното място за снабдяване на книги във всички социални и териториални групи. По данни на НСИ през 2021 г. 12% от българите са закупили печатни книги, вестници или списания от интернет при общ дял на поръчалите някакви стоки/услуги по интернет 33%. Макар и в известна степен задълбочен в периода на пандемията, процесът по нарастването значимостта на тези практики е логично следствие от развитието, достъпността и ползваемостта на дигиталните технологии – само 5 години по-рано, през 2016 г., делът на поръчвалите по интернет е бил едва 12%, а само 2% са купували книги по този начин. Още по-категоричен индикатор за развитието и потенциала на онлайн каналите за търговия с книги е промяната в съотношението между купилите книги и пазарувалите в интернет като цяло. През 2016 г. то е било 1:6, докато през 2021 г. е вече приблизително 1:3. Тези промени от една страна отразяват непрекъснато разширяващата се роля на дигиталните технологии в моделите на потребление. От друга страна, са знак за успешното ориентиране на онлайн търговците на книги спрямо тези промени и канализиране усилията им към привличане на повече потребители в дигитална среда, макар и с относително традиционен микс от продукти.

Наред с изброените канали за снабдяване с книги, заемането от приятел остава значима и устойчива практика сред българското население, която обаче не служи толкова като компенсаторен механизъм на повишаващите се цени на книгите, а по-скоро разнообразява каналите за снабдяване на читателите. Заемащите книги са по-често хора с доходи около и над средните, жители на столицата, млади хора до 30 годишна-възраст. Взимането на книги на заем има важно място в читателските практики на учащите, които често споделят помежду си (вкл. копират) ресурси, свързани с образователния процес. При среден дял на заемащите книги 37%, сред учащите делът им надхвърля 50%. Заемането, за разлика от останалите начини за снабдяване с книги, е единственият канал, еднакво разпространен както сред активните, така и сред спорадичните читатели<sup>71</sup>. Всички останали канали – книжарници, библиотеки, панаири на книгата са много по-често посочвани от активно четящите. Тази картина очертава и основната разлика в потреблението на книги от двете групи читатели – четящите 6 и повече книги годишно са по-мотивирани да отделят системно от времето и бюджета си за книги в сравнение с четящите по-малко от 6 книги годишно. Още едно доказателство в тази посока са различията при формиране мотивацията на активно и спорадично четящите при избор на книга. При първата група отново миксът от фактори е по-богат, очертавайки постоянен и последователен интерес към книгата. Актуалните данни утвърждават тази картина и свидетелстват включително за по-значима роля на комуникационните кампании и дейности сред активно четящите аудитории.

<sup>71</sup> Социологическият прочит на данните от проведеното през 2021 г. изследване на читателските практики, установените сходства в нагласите и поведението на различни групи читатели, както и откритите статистически значими разлики, формирани на база брой прочетени книги, обосновават диференцирането на три типологично различни групи сред населението - слабо или нечетящи (непрочели нито една книга през последната година и определящи себе си като „нечетящи“); спорадично и ситуативно четящи (до 6 книги годишно) и интензивно четящи (над 6 книги годишно).

Фиг. 3.5. Канали за снабдяване с книги, 2021 г.



Фиг. 3.6. Фактори при избор на книга – сред активно и спорадично четящите



Като важен инструмент за разнообразяване на търговските практики на книжния пазар в последните години се очертават панаири на книгата. Макар че такива се организират само в няколко големи градски центъра, веднъж или няколко пъти годишно (в столицата), книжните изложения са четвъртият по ползваемост канал за снабдяване с книги. В настоящата ситуация, обаче, те успяват да привлекат вниманието основно на активно четящите хора и жителите на столицата. Те са предимно фокусирани върху промотиране и предлагане на съдържание на хартиен носител като по този начин осъществяват естествен филтър за потребители, четящи на хартия. Събития от този тип се посещават в еднаква

степен с цел закупуване на книги и като възможност за информиране за нови заглавия/автори книги. Тоест тяхната търговска функция е съизмерима със социалната им функция им по създаване на платформа за диалог между автори, издатели и потребители. Социално-демографският прочит на данните показва ограничаване на тези ефекти и значително по-широкото им разпространение сред активно четящата аудитория. Подобни кампании за предлагане на книги имат по-голям потенциал от реализирания до момента, най-малко заради централното им позициониране в отворена градска среда, отворения достъп и преференциалните цени, на които част от заглавията се предлагат. Стратегическо предизвикателство и цел пред тях в краткосрочен план би следвало да бъде привличане на интереса на по-голяма част от спорадично четящите, както и промотиране на възможностите за четене/слушане/преживяване на литературата в дигитална среда, а в дългосрочен план – инициране на координирани действия и политики за разширяване на читателската аудитория и обръщане хода на процесите, водещи до отчуждаване от книгите. Най-логичният подход за реализиране на тези цели е онзи, който си дава сметка за съвременните реалности. В този смисъл усилията на издатели и търговци, фокусирани върху интегрираното развитие на физически и дигитални платформи за разпространение, и съответно, създаването на общи формати на събития, в които книгите присъстват както физически, така и през разнообразието от техните дигитални форми, би било успешна практика, адресираща очертаните предизвикателства.

Друг важен момент от развитието на подобни на кампании е постигането на по-широко териториално покритие. Въпреки че основните посочвани причини за непроявен интерес към събития, свързани с предлагане и промотиране на книги, са липсата на интерес към четенето и липсата на време, близо 1/3 от активно четящите и около 1/5 от спорадично четящите заявяват, че не са посещавали такива, защото в тяхното населено място липсват подобни инициативи. Сходен е делът на посочване на комуникационни дефицити (липса на информация) като причина за непосещение сред тези групи, но преглед на данните по региони ясно показва, че недостигът на информация практически отразява структурата на регионите с липса на подобни събития. Разширяването на обхвата на инициативите, свързани с четене, също може да бъде обоснована цел, ако реализацията ѝ стъпи върху баланс между търговски цели и промоционална дейност, и тактическо навлизане в нови територии.

**Фиг. 3.6. Посещение на събития, свързани с книгата и четенето (панаири, изложения и др.) през последната година, 2021 г./сред активно и спорадично четящите/**

|                                                          | <b>1<br/>събитие</b> | <b>2<br/>събития</b> | <b>3 и повече<br/>събития</b> | <b>Не посещавам<br/>такива<br/>събития</b> | <b>През последната<br/>година не съм<br/>посещавал</b> |
|----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Активно четящи<br/>/6 и повече книги<br/>годишно/</b> | <b>7.5%</b>          | <b>9.6%</b>          | <b>5.5%</b>                   | <b>33.1%</b>                               | <b>44.4%</b>                                           |
| <b>Спорадично четящи<br/>/до 5 книги<br/>годишно/</b>    | <b>5.2%</b>          | <b>1.7%</b>          | <b>1.0%</b>                   | <b>59.4%</b>                               | <b>32.5%</b>                                           |

**Фиг. 3.7. Причини за посещаване и не посещаване на събития, свързани с книгата и четенето**

| Защо посещавате такива събития? (%)<br>(възможен е повече от един отговор) |      | Казахте, че НЕ посещавате такива събития. Бихте ли посочили защо? (%)<br>(възможен е повече от един отговор) |      |
|----------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| За да закупу книги за себе си                                              | 55.2 | По принцип не се интересувам от книги                                                                        | 33.8 |
| За да се информирам за нови заглавия, автори, книги                        | 54.0 | Липса на време                                                                                               | 25.0 |
| Заради интересните срещи с автори, обсъждания и пр.                        | 41.6 | Не съм срещал информация за такива събития                                                                   | 21.2 |
| За да купя книги за подарък                                                | 36.1 | Не се организират в населеното място, където живея                                                           | 20.4 |
| За да купя книги на по-добри цени                                          | 29.5 | Не знам, нямам специална причина                                                                             | 19.4 |
| За разнообразие, за смяна на обстановката, за социализация                 | 1.2  | Не са в удобно време/място за мене                                                                           | 8.6  |
| Заради децата / внуците ми                                                 | 0.9  | Напреднала възраст                                                                                           | 1.0  |
| Професионален интерес / когато книгата е по специалността ми               | 0.3  | Заради пандемията                                                                                            | 0.5  |
|                                                                            |      | Не виждам смисъл, защото не мога да купя книгата                                                             | 0.3  |
|                                                                            |      | Имам собствен вкус / чета само книги по мой вкус                                                             | 0.2  |
|                                                                            |      | Не обичам публични събития                                                                                   | 0.2  |
|                                                                            |      | Имам голяма лична библиотека / стари книги                                                                   | 0.2  |

База: Посещаващи събития

База: Непосещаващи събития

## СВАЛЯНЕ И КОПИРАНЕ НА КНИГИ В КОНТЕКСТА НА ДИЛЕМАТА ИНТЕЛЕКТУАЛНИ ПРАВА – ДОСТЪП ДО КУЛТУРА

Преходът от пазарна икономика към т.нар. „икономика на знанието“, потопена в „общество на знанието“, създава качествено нова ситуация, която обосновава необходимостта от преосмисляне на понятия като интелектуална собственост и достъп до култура. Един от водещите български изследователи в сферата на интелектуалната собственост, културните права и достъпа до култура, Иван Кабаков, нарича този кръг от проблеми „стратегическа дилема“ и настоява за търсене на „синергия при упражняването на правото на интелектуална собственост и правото на достъп до култура“ (Kabakov, 2015). Изходната предпоставка в неговото разбиране е конституирана в една по-ранна публикация, в която авторът артикулира многообразието от форми за достъп до културно потребление като същностно условие за общественото развитие и твърди, че „интелектуалната собственост е в конфликт с философията на достъпа“, доколкото първото се мисли преди всичко в неговите частни измерения, а второто – като преобладаващо обществено (Kabakov, 2014). В този смисъл той предлага подход, при който правото на собственост не ощетява обществото, но който изисква разработване на нови механизми и икономически модели, които да поддържат необходимия баланс и да допринасят за разрешаване на дилемата. Темата за достъпа до интелектуална собственост е централна и за други български изследователи с интерес към визиите и стратегиите за присъствие на културата в дигиталния свят. Калина Сотирова, например, дефинира икономиката на знанието и обществото на знанието като взаимосвързани понятия, предполагащи „бърз, качествен и свободен достъп до информация и знание за всеки човек“ (Sotirova, 2014). Тази дефиниция също полага достъпът до култура в координатната система на основните човешки права и дори категорично заявява, че свободният достъп е бъдещето на интернет базираните културни хранилища.

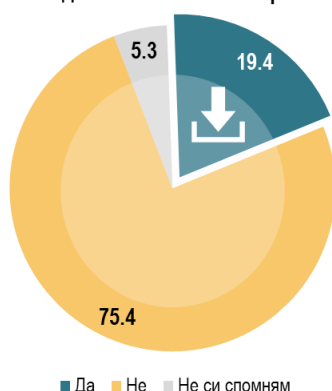
Цитираните схващания и визии за бъдещето на културното съдържание в дигиталната епоха се развиват в един контекст на добре развити пазарни феномени и публични услуги, каквито са виртуалните библиотеки и хранилища на Google, Europeana и Уикипедия. Наличието на конкуренция в предлагането на съдържание в отворен формат неминуемо насочва обществените нагласи към определен тип потребление и тласка дебата за защитата на интелектуалната собственост в дигитална среда към така необходимия етап на намиране на работещи решения.

В този контекст и предвид липсата на адекватна регулация на обществените отношения, не е изненадваща степената на разпространение на практики, свързани със

свободно сваляне от мрежата на книжни ресурси, част от които подлежат на прилагане на съответните репроеграфски права. Данните от 2021 г. сочат, че на 1/5 от пълнолетното население се е случвало да свалят книги от интернет. Разпределението на ползваните канали за сваляне на такова съдържание категорично показва преобладаващ интерес към безплатни ресурси, налични в платформи в категорията „пиратски сайтове“. Поглед към социално-демографските разреди на свалящите книги от различни канали в мрежата осветлява ценностната обосновка и начина на ориентиране на съответните дейности. Активните читатели в значително по-голяма степен използват конкретни канали, сайтове и хранилища, които познават и посочват поименно, т.е. това не са случайно използвани от тях ресурси, а напротив – целенасочено подбрани и ползвани уебсайтове и мрежи. При по-слабо активните читатели, обратно, по-често се посочват общо Google търсачката и интернет като цяло, което говори за принципно по-слаба и нерегулярна ангажираност с подобни дейности. Очертаната картина се допълва и осмисля от още едно ключово наблюдение – свалянето на книги от мрежата е най-силно застъпено сред високодоходните групи (при 20% средно за извадката, сред хората с доходи над 1000 лв. на член от домакинството свалящите книги са 43%). Липсата на пряка икономическа логика в ползването на предимно свободни книжни ресурси в мрежата, говори за по-скоро практически ориентирано действие, положено и аргументирано през ценностната рамка на свободния достъп до култура.

Фиг. 3.9. Свалящи книги от интернет, 2021 г.

С широкото навлизане на интернет много хора започнаха да се информират чрез интернет сайтове, да четат книги, като ги свалят от мрежата. На вас случвало ли ви се е да сваляте книги от мрежата? (%)



База: Цялата извадка

От къде най-често сваляте книги? (%)

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| chitanka.info                             | 54.8 |
| Безплатни сайтове (неуточнено) / от Гугъл | 24.8 |
| rulit.me                                  | 3.8  |
| zamunda.net                               | 3.8  |
| booksbg.org                               | 3.8  |
| Виртуална духовна библиотека "Спиралата"  | 3.2  |
| Руски сайтове (неуточнено)                | 3.2  |
| facebook.com                              | 2.5  |
| youtube.com                               | 1.9  |
| slovo.bg                                  | 1.9  |
| ozone.bg                                  | 1.9  |
| KINDLE                                    | 1.9  |
| storytel.com                              | 1.3  |
| 4eti.me                                   | 1.3  |
| Друго                                     | 11.4 |

База: Посочилите, че свалят книги от мрежата

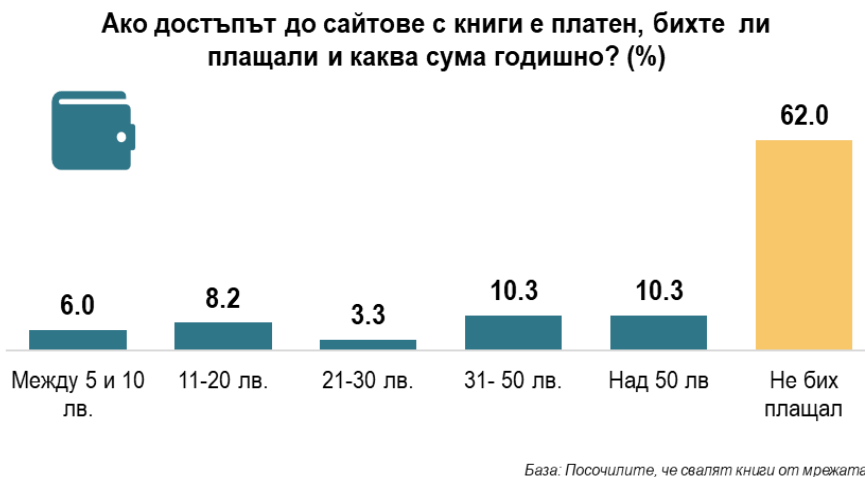
Това наблюдение се допълва от измерения в същото изследване дял на теглещите книги от сайтове със свободен достъп – 71%. Други 20% от свалящите книги от мрежата не са теглили от такива сайтове, но споделят, че биха го направили. Българските потребители на такъв тип дигитално съдържание обичайно достигат до него свободно и безплатно, а наличието на подобни практики дава ясен сигнал за това по какъв начин се възприема интелектуалното съдържание, когато то е налично в интернет пространството. Самият канал на разпространение предполага различно разгръщане на отношенията автор/издател – потребител, в което опитите за регулация изглеждат все по-малко възможни, а претенциите на двете страни – за „абсолютност и изключителност“ (Kavakov, 2014), от една страна, и за свобода и достъп, от друга – все по-твърдо споделяни. Още повече, че развиващите се от десетилетия модели на споделяне на защитено интелектуално съдържание в глобалната мрежа и невъзможността за адресиране на този проблем с конкретни законови механизми (нито в посока криминализиране, нито в посока разширяване възможностите за свободен и легален достъп) допринасят за установяването на тези отношения като устойчива практика. На фона на слабата информираност за това по какъв начин се осигурява защитата на авторските и репроеграфски права у нас и по отношение на наличните онлайн книжни

ресурси в частност (52% от свалящите книги не знаят и не са се интересува дали свалят „законно“ или „незаконно“), през лятото на 2022 г. Асоциация „Българска книга“ инициира създаването на Закон за книгата, който да „осигури закрила на книгата като културно, обществено и икономическо богатство“ и да „защитава интересите на всички, които създават книгата - писатели, издатели“. От 2020-та година Асоциацията прилага и механизъм за докладване на нарушенията на авторското право. Видно от инициативите на единствената организация на книгоиздатели, книготърговци и литературни агенти в страната, фокусът на нейната дейност е поставен върху развиване на националното книгоиздаване и усъвършенстване на законодателството в областта (вкл. по отношение на авторските и сродните им права). Сред целите на Асоциацията, обаче, присъстват и „стимулиране на четенето“ и „осигуряване на по-широк достъп до книгата“ – задачи, чиято реализация е в пряка зависимост от начина на регулиране на отношенията в дигиталното пространство и то в ситуация, в която мнозинството от потребителите на налични онлайн книжни ресурси не са склонни да плащат за достъп до тях (62%). В този смисъл, адресирането на тези очаквания на потребителите с балансиран мерки и механизми за контрол е от ключово значение за успешното им прилагане.

Фиг. 3.10. Запознатост с достъпа до полваните ресурси, 2021 г.



Фиг. 3.11. Нагласи за плащане на годишен абонамент за достъп до сайтове с книги, 2021 г.



Друга важна тема в този контекст е до каква степен свободният достъп до онлайн книги и учебно съдържание влияе на образователните постижения на учащите. В наскоро публикувано изследване на учени от канадски и британски университети се твърди, че предоставянето на интернет достъп до платформи като Уикипедия на ученици в рамките на образователния процес в училище, спомага за развиване на интерес към четенето и може да подобни образователните резултати (Derksen, Leclerc, Souza, 2022). Предвид факта, че в България голяма част от търсените и свободно сваляни книги от мрежата представляват научна/учебна литература (47%), можем обосновано да предположим, че въздействието на наличния неограничен достъп до такива ресурси би надхвърлило прекия ефект от употребата на съответното четиво. Дори една подобна хипотеза е достатъчен повод за размисъл и оценка на добавените ефекти от улеснения достъп на определени групи до онлайн книжни и образователни ресурси, чиято регулация да се основава на баланс между интересите на потребителите и тези на авторите/разпространителите. Видно от цитираните данни за степента на навлизане на четенето от дигитален носител, читателските практики са все още доминирани от четенето на хартия, макар да е налице устойчива тенденция за разширяване разнообразието и разпространението на дигиталните форми на четене и намаляване дела на четящите преимуществено на хартия. Тези промени, допълнително ускорени под въздействието на пандемията от Covid-19, дават основание за инициране на широк диалог за бъдещето и посоките на развитие на политиките в областта на книгите, насърчаване на четенето и грамотността, и подкрепа за авторите и издателския сектор.

Фиг. 3.12. Сваляна и четена в интернет литература, 2021 г.

| Какви книги сваляте/четете свободно в интернет? (%)<br>(възможен в повече от един отговор) |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Художествена литература                                                                    | 60.9 |
| Научна и учебна литература/свързана със специалността ми                                   | 46.7 |
| История, исторически книги                                                                 | 31.5 |
| Справочна литература, енциклопедии и пр.                                                   | 26.1 |
| Литература, свързана с хобито ми                                                           | 21.2 |
| Влияние на световните елити и тайни общества върху хората                                  | 12.5 |
| За духовно израстване / самоусъвършенстване                                                | 1.6  |
| Фантастика                                                                                 | 1.1  |
| Медицински                                                                                 | 1.1  |
| Друго                                                                                      | 3.5  |
| Не мога да определя                                                                        | 3.3  |

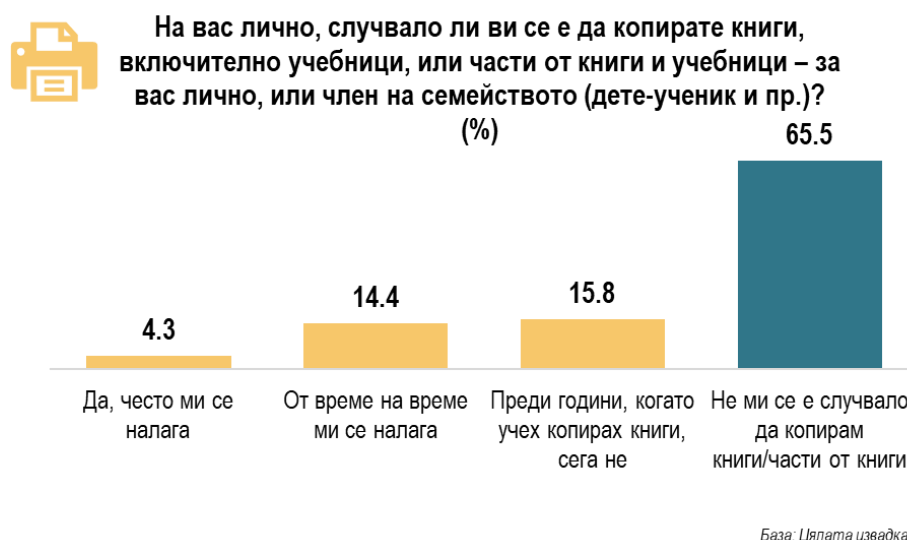
База: Посочилите, че свалят книги от мрежата

Копирането на книжни ресурси също е практика, чието разпространение поставя редица въпроси, свързани с отношенията авторство-книгоиздаване-потребление. Данните за 2021 г. показват, че копирането на книги, учебници и друга литература е разпространено сред 19% от пълнолетното население, а на други 16% се е случвало да го правят в миналото, но вече не го практикуват. В България възпроизвеждането на вече публикувани произведения обхваща предимно материали тип учебна литература и на следващо място – научна и справочна литература. Този тип практики не влизат в конфликт със Закона за авторското право и сродните му права, чл. 24, ал.9 от който допуска без съгласието на носителя на авторското право и без заплащане на възнаграждение „вече публикувани произведения от общодостъпни библиотеки, учебни или други образователни заведения, музеи и архивни учреждения, с учебна цел или с цел съхраняване на произведението, ако това не служи за търговски цели“. Ако, обаче, възпроизводството се случва извън оказаните места, както по данни за 2021 г. процедираат 92% от копиращите, те дължат определени компенсации на автора. Проблем представлява, обаче, липсата на проследяване и контрол на

тези практики, защото, макар и с учебна цел, те ощетяват авторите, които следва да получават отчисления за репрографски права. Според генералния секретар на Международната федерация на организациите за репрографски права (IFFRO), Олаф Стокмо, проблемът в България не е законодателен. Той заявява, че „в България има законодателство, което предполага ползвателите да възнаграждават авторите и носителите на права, но, за съжаление, това законодателство не се изпълнява“.

Пряк конфликт с текстовете на закона представляват също практиките на закупуване на вече копирани книги/учебници, които предполагат организация по възпроизводство на книжни ресурси с търговски цели. По данни от проучването, 7% по настоящем купуват подобни ресурси, а за висока честота на тази практика свидетелства 1% от пълнолетното население.

Фиг. 3.13. Разпространение на практиката за копиране на книги, 2021 г.



Фиг. 3.14. Видове копирана литература, 2021 г.

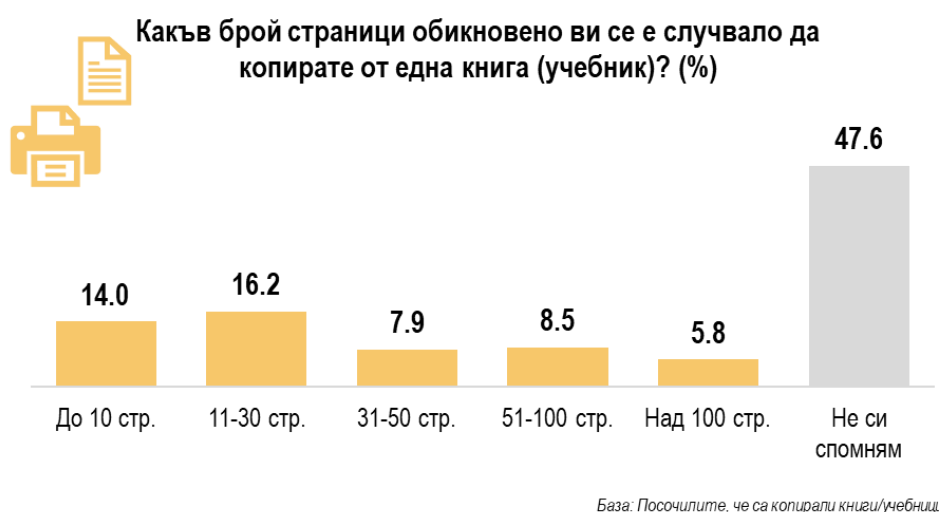


Копирането на текстове е феномен, който намира категорично обяснение, осмислен през профила на практикуващите подобно възпроизводство. Над 50% от копиращите са жители на областните градове, сред тях преобладават млади хора – учащи или родители с деца в училищна възраст. Сред копиращите преобладават висшестите, както и жените, които представляват 73% от често копиращите. Съвсем логичен е значителният дял на жените в структурата на копиращите, предвид факта, че именно майките на деца-ученици са по-активни в копирането на учебници. На практика, на всички представители на възрастова

група 18-30 години се е случвало да копират учебна литература, което ясно показва, че в съвременните реалности тези практики са най-силно обвързани с и зависими от образователния процес в училищното образование. Изцяло в логиката на описаните по-горе практики, най-активно копиращи книги и части от книги са учащите. За разлика от практиките на сваляне на книги, копирането не зависи от принципната активност и интензивност на четене, вероятно защото е в по-малка степен свързано с личен интерес (особено при родители с малки деца-ученици), същевременно се отнася най-вече до конкретни учебни материали и по-рядко книги.

Когато говорим за копиране на книги и учебници е важно да уточним, че преобладават практиките за частично копиране на такива ресурси, вероятно като следствие от значимия дял на учебната литература в структурата на копираните текстове. Макар че близо половината от запитаните не си спомнят по колко страници обикновено копират от книга/учебник, минимална част от тях заявяват, че копират над 100 стр.

Фиг. 3.15. Среден брой копирани страници, 2021 г.



## ИЗВОДИ

Описаните практики по отношение на свалянето и копирането на книги и учебници в България сигнализират за необходимостта от спешни мерки за осигуряване на справедлива, защитена и достъпна среда за потребяване на подобни ресурси. Анализът показва, че понастоящем прилаганият подход на negliжиране и по този начин легитимиране на противоречащи със законодателството практики, е в състояние единствено да създаде още по-силно противопоставяне в позициите на различните заинтересовани страни. Институционалният и публичен разговор по тези теми би следвало да цели сближаване на тези позиции, постигане на обществен консенсус по тяхното регулиране и регламентиране, и осъществяване на контрол върху изпълнението на взетите решения.

Сравнителният поглед, проследяващ развитието в циркулацията на книги в България в последните 15 години показва едно непрекъснато „догонване“ на много по-бързите и насочени реакции на западните пазари (и не само) спрямо глобалните трансформации в потребителските практики и поведение. Същевременно, макар и бавно, процесите на свиване на читателската аудитория и особено на активните читатели, изискват спешни и ясно фокусирани мерки за връщането на книгите в „състезанието“ и в реалната конкуренция за свободното време и вниманието на хората. Давайки си сметка за трансформациите в понятието за четене, което все по-често ограничава осмислянето на прочетеното до рамките на чисто практическата полза, усилията, обратно, трябва със все по-голяма широта на размаха си да създават условия и провокират интерес към тясното понятие за четене. Тези

условия, несъмнено, са в голямата си част свързани с развиване на интереси, умения и потенциал още в ранна детска възраст – процес, който дори да получи силен старт в семейството, трябва да намира достатъчно поддръжници и в хода на порастването на детето. Само така може да се изгради разнообразна подкрепяща среда, която не само да не позволява отчуждаването от книгите за сметка на други занимания, но и да ги интегрира като част от един цялостен, актуален и референтен поведенчески модел.

## REFERENCES

- Kabakov, I. (2015). Dilemmas of culture, Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski (**Оригинално заглавие:** Кабаков, И., 2015, Дилеми на културата, София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“)
- Kabakov, I. (2014). Access to cultural content. Ideas in Management and Culture Policies 2007-2013, Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski (**Оригинално заглавие:** Кабаков, И., 2014, Достъп до културно съдържание. Идеи в мениджмънта и политиките за култура 2007-2013, съст. Иван Кабаков, София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“)
- Sotirova, K., (2014)., Digitization of cultural heritage - access and long-term preservation. Ideas in Management and Culture Policies 2007-2013, Sofia: UI Sv. Kliment Ohridski (**Оригинално заглавие:** Сотирова, К., 2014, Дигитализация на културното наследство – достъп и дългосрочно съхранение. Идеи в мениджмънта и политиките за култура 2007-2013, съст. Иван Кабаков, София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“)
- Laura Derksen, Catherine Michaud-Leclerc, Pedro C.L. Souza, Restricted access: How the internet can be used to promote reading and learning, Journal of Development Economics, Volume 155, 2022
- <https://www.abk.bg/>
- <https://alpharesearch.bg/>
- <https://bnt.bg/bg/a/avtorsko-pravo-i-reprografski-prava-idva-li-krayat-im>
- <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1400>
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20180423-1>
- [https://europeanbooksellers.eu/system/files/2022-06/Launching%20the%202021%20Global%20bookselling%20markets%20report\\_2022-06-08.pdf](https://europeanbooksellers.eu/system/files/2022-06/Launching%20the%202021%20Global%20bookselling%20markets%20report_2022-06-08.pdf)
- <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/books-market>
- [https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x\\_2=1024](https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=1024)
- [https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x\\_2=1477](https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/reports/result.jsf?x_2=1477)
- <https://issuu.com/gremideditorsdecatalunya/docs/2017-estadistiques-fee-the-book-sec>
- <https://lex.bg/laws/ldoc/2133094401>
- <https://news.bg/society/zakon-za-knigata-se-predvizhda-da-brani-interesa-na-izdatelite-i-pisatelite.html>
- <https://nsi.bg/bg/content/2833/видове-стоки-и-услуги-поръчвани-от-лицата-по-интернет>
- <https://www.statista.com/topics/4062/book-market-in-europe/#dossierKeyfigures>
- <https://www.theguardian.com/books/2018/oct/12/the-more-books-in-a-house-the-brighter-your-childs-future-study-finds>