



Народна библиотека „П. Р. Славейков“ – Велико Търново



Университет по библиотекознание и  
информационни технологии



Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“  
Катедра „Журналистика и връзки с обществеността“

# БИБЛИОТЕКИ ЧЕТЕНЕ КОМУНИКАЦИИ

СБОРНИК С ДОКЛАДИ ОТ  
ДВАДЕСЕТ И ТРЕТАТА НАЦИОНАЛНА НАУЧНА  
КОНФЕРЕНЦИЯ С МЕЖДУНАРОДНО УЧАСТИЕ

*на тема*

*Информационното осигуряване  
пред предизвикателствата  
на изкуствения интелект*

**14–15 ноември 2024 г.**

Народна библиотека „П. Р. Славейков“  
Велико Търново, 2025

*Изданието се осъществява с финансовата подкрепа  
на Издателство „Просвета – София” АД*

*Авторите на докладите носят пълна отговорност за  
съдържанието, оригиналността, изказаните становища и  
цитираните източници и литература.*

- © Доц. д-р Калина Иванова, съставител, 2025
- © Д-р Иван Александров, съставител, 2025
- © Калоян Здравков, графичен дизайн, технически редактор, 2025
- © Авторски колектив, 2025
- © Народна библиотека „П. Р. Славейков“ – Велико Търново, 2025

**ISSN: 1313-8138 (print)**

**ISSN: 2683-0981 (online)**

## Предговор

„Информационното осигуряване пред предизвикателствата на изкуствения интелект“ бе темата на XXIII национална научна конференция с международно участие „Библиотеки – четене – комуникации“, която се проведе на 14 и 15 ноември 2024 г. в гр. Велико Търново. Традиционно домакин на форума беше Регионална библиотека „Петко Р. Славейков“, а откриването се състоя в Голямата зала на Община Велико Търново, с участието на представители на държавни и общински институции, висши училища, библиотеки, културни организации и фирми от библиотечно-информационния сектор.

Темата на конференцията отразява едно от най-актуалните и динамично развиващи се направления в съвременния свят – навлизането на изкуствения интелект в процесите на създаване, съхраняване, достъп и разпространение на знание. Във време, когато библиотеките и културните институции са изправени пред необходимостта да преосмислят своята роля в обществото на информацията, именно въпросите за информационното осигуряване, критичното мислене, етичните норми и технологичните трансформации се превръщат в централни теми на професионалния и научния дебат.

В рамките на двата конференционни дни бяха представени над двадесет доклада от участници от България, Турция, Сърбия, Португалия, Полша и Германия. Форумът обедини специалисти от различни области – библиотекари, университетски преподаватели, изследователи, експерти по дигитализация и представители на културни институции, които споделиха своя опит и визия за бъдещето на библиотеките в контекста на технологичните промени.

Пленарен доклад изнесе проф. дпн Александра Куманова (УниБИТ, София), която очерта концептуалната рамка на темата чрез представяне на когнитивна платформа за информационно обезпечаване на знаниевото общество – модел, в който библиотеките се разглеждат като авангардни структури в изграждането на интелигентна информационна екосистема.

Сред чуждестранните участници особено впечатление направиха представителите на Университета Бартин (Турция) – доц. д-р Ахмет Алтай и доц. д-р Лале Ождемир Шахин, които разгледаха въпросите за етиката, рисковете и възможностите, произтичащи от навлизането на изкуствения интелект в библиотечното дело. Високо бяха оценени и презентацията на д-р Андреа де Поло Сайбанти (Zeuschel GmbH, Германия), представяща визията на водещата европейска компания за промяната на дигитализационните процеси чрез интегриране на ИИ решения, както и темата на Снежана Ненензич (директор на Народната библиотека в гр. Крушевац, Сърбия) за различните директни приложения на ИИ в дейността на библиотеките.

От българска страна бяха представени редица тематични доклади, които разкриха разнообразието на подходите и практиките в страната. Сред тях се откриха трудовете на проф. д-р Иванка Янкова и нейният екип за ролята на ИИ в трансформацията на приобщаващото образование, на доц. д-р Любомира Парижкова и проф. д-р Таня Тодорова за критичното мислене и предизвикателствата на ИИ, както и на гл. ас. д-р инж. Искра Цветанска за ролята на изкуствения интелект в съхраняването и възстановяването на писмени артефакти. Интерес предизвика и практическото представяне на фирма „Фокус Пойнт“ ЕООД, която демонстрира възможностите на платформата Omeka S и други технологични решения за автоматизация на библиотечните услуги.

Във втората сесия бяха разгледани теми, свързани с комуникацията, образованието и културните политики в условията на дигитална трансформация. Изказванията на д-р Серхио Горжао и Тереза Амарал (Национален дворец Мафра, Португалия), както и на Йоана Чапска (Регионална библиотека „Йероним Лопачински“, Полша), поставиха акцент върху международния обмен на опит и социалното измерение на библиотечните инициативи.

Вторият ден на конференцията бе посветен на иновативни подходи в образованието и културното наследство. Инж. Николай Господинов от РБ „Любен Каравелов“ – Русе, предложи модел на машинно обучение за персонализиране на читателското преживяване. Темите в областта на интелигентните градове, както и исто-

рико-културните изследвания, представени от проф. Димитър Кенанов, доц. д-р Александър Ковачев, Николай Поппетров и Дария Първанова придадоха на форума цялостен и многопластов облик.

Комплимент към участниците и гостите на конференцията беше художественият акцент – концерт на триото Silvan Stâncel от Румъния, който съчета поезията на Матей Вишниец с изтънчена музикална интерпретация, превръщайки научния форум в истински празник на словото, културата и изкуството.

Съорганизатори и дългогодишни партньори на конференцията отново бяха Великотърновският университет „Св. св. Кирил и Методий“ и Университетът по библиотекознание и информационни технологии – София, с подкрепата на Министерството на културата и Община Велико Търново.

XXIII-то издание на националната научна конференция „Библиотеки – четене – комуникации“ потвърди своето място като традиционен форум за научен и професионален обмен, който обединява различни поколения изследователи и практики в общото усилие да се търси баланс между човека, знанието и технологиите.

По традиция докладите от конференцията могат да се ползват и онлайн чрез електронния формат на сборника ISSN: 2683-0981 (online) на сайта на библиотеката в раздел Конференции, достъпен от URL:

<https://libraryvt.com/bg/nauchna-konferentsia-biblioteka-velikotarnovo/2024-naucna-konferencia>

*От съставителите*

## Потенциалът на българските библиотеки за преодоляване на различни отклонения при прилагането на ПР и маркетингови технологии

Доц. д-р Евгения Русинова  
УниБИТ, София

### The potential of Bulgarian libraries to overcome various deviations in the application of PR and marketing technologies

Assoc. Prof. PhD Evgeniya Rusinova  
ULSIT, Sofia

**Abstract:** *The paper presents the current state of PR application and marketing technologies in Bulgarian libraries. Emphasis is placed on the discrepancy between technological requirements and various specific practices. Some basic problems manifested in the functioning of both activities are presented. The possibilities for overcoming the existing deviations are outlined, which would allow the library practice in the considered two technological fields to become more effective. The text is based on systematically observed experience of different types of libraries – national, regional, university, and community libraries.*

**Keywords:** *PR and Marketing, technological requirements; successful Bulgarian practices; pronounced “bottlenecks”; development potential.*

**Резюме:** Докладът представя актуалното състояние на приложението на ПР и маркетинговите технологии в българските библиотеки. Акцентира се на разминаването между технологични изисквания и различни конкретни практики. Представени са някои основни проблеми, проявяващи се при функционирането на двете дейности. Очертават се възможностите за преодоляване на съществуващите отклонения, което би позволило библиотечната практика в разгледаните две технологични полета да стане по-резултатна. Изложението се основава на системно наблюдаван опит на различни видове библиотеки – национална, регионални, университетски, читалищни.

**Ключови думи:** ПР и Маркетинг; технологични изисквания; успешни български практики; изразени „тесни места“; потенциал за развитие.

## **Още веднъж за проблемите около библиотечните ПР и маркетинг**

Няма да доказвам какъв е потенциалът на българските библиотеки, нито кои са „тесните места“ в разглеждания случай, а ще акцентирам на това какви са причините той да не може пълноценно да бъде използван<sup>1</sup>.

Още в началото ще поставя въпроса: какво се случва в сферата на българския ПР и маркетинг след десетилетни натрупвания на различни практики? Можем ли да кажем, че са усвоени напълно въведените в българската библиотечна сфера технологични изисквания? Интеоризирана ли е в дейността на библиотеките теорията, и преди всичко общоприетата и широко разпространена в международен план ПР и маркетингова практика?

Трудно може да се отговори на подобни въпрос. При това, искам да отбележа, не само по отношение на ПР и маркетинга, но въобще по отношение на приложението на всички библиотечни технологии. Обяснението е еднозначно: в българската практика е утвърдено да се отчитат отделните актове (единични или като кампании), но не и те да се разглеждат в континуиращ план, не и във връзка се някакви технологични еталони, нито пък да се съпоставят и сравняват практиките на едни с практиките на други обекти. В някои полета на библиотечната дейност този подход може да се разглежда като безобидно отклонение от традиционно установени правила при други (дигитализацията например) води до значителни неблагоприятия или временни затруднения при осъществяване на библиотечни програми и политики (доколкото последните ги има).

В настоящото изложение ще споделя изводи от мои системни наблюдения като очертая недостатъци и възможни пътища за тяхното преодоляване.

---

<sup>1</sup> Изложението е в пряка връзка с публикацията: **Русинова, Е.** Маркетинг и ПР като ключ към партньорство и координация (на библиотеки, музеи, архиви). – Библиотеки, четене, комуникации, Сборник с доклади от 21. национална научна конференция с международно участие, Велико Търново, ноември 2022. Велико Търново, 2023, с. 269–279.

Още в началото ще посоча, че в страната е натрупан огромен опит при прилагане на подходи, които се приближават (при маркетинга) и дори напълно покриват (при ПР) изискванията на тези две технологии,, без обаче тези практики да се припознават, отчитат и анализират като ПР и маркетинг. Но това не означава, че липсата на терминологично припокриване измества същността им най-малкото на сходни с ПР и маркетинг.

На какво се дължи тази особеност?

Преди всичко, по отношение на ПР на известното пренебрежение, с което тази технология бе посрещната в самото начало на 90-те години, когато се заговори за нея. Това пренебрежение е резултат както на традиционния скептицизъм към новото, характерен за значителна част от библиотечната колегия (характерна поява на консерватизма, свойствен на библиотекарското съсловие), така и на известно самочувствие, произтичащо от разбирането, че след като библиотекарите работят с хора, а библиотеките са обществени институции трудно може да бъдат изненадани с нещо ново. Още ранните наблюдения показват, че в много случаи библиотечни специалисти са били категорични, че българската практика ПР е рутинна, дългогодишно упражнявана дейност, която на един момент от развитието си кой знае защо трябва да бъде обозначавана с такова ново понятие. При това в общата „пазарна“ еуфория на 90-те години, когато някои си представяха как библиотеките ще забогатяват от продажба на информация маркетингът се възприемаше като водещата технология, а ПР беше поставяше на подчинено място.

Що се отнася до маркетинга, основният недостатък при неговото първоначално популяризиране (а то продължава да се чувства в някои претенциозни публикации и до днес) беше терминологичния фетишизъм. Акцентирането на маркетинг-микса, спекулациите с понятия като „интегрирани маркетингови комуникации“, и „социален маркетинг“, изместват в специализираните публикации (доколкото ги има) въпроса, че както ПР, така и маркетингът са преди всичко технологии. А всяка технология, както е известно има своите ясно изразени принципи, подредени правила (стъпки) и притежава изискване за технологична дисциплина.

### **Няколко основни проблема**

Ако се върнем към ранните години на въвеждането на понятията (а и технологиите) в българската библиотечна сфера може да открием няколко характерни белега на ситуацията:

Формални, често представяни като езиково пуристски спорове за самото название. Да не бъде ПР, (но защо тогава маркетинг), а връзки с обществеността. Този ход на разсъждения води до абсурдните обяснения, че ПР е библиотечна координация (така дори се назова отдел в Националната библиотека). Няма да се спирам върху очевидната безсъдържателност на последното понятие по отношение на технологията ПР. Всъщност в обстановката на доминиращ интерес към маркетинга под форма на публикации в специализирания библиотечен печат такава дейност като ПР, която не дава видими веднага материални резултати, естествено нямаше шансове да се наложи. Спадна и интересът към маркетинга, след като се разбра, че той няма да донесе очакваните печалби и други постижения.

Разбира се, трябва да се отчита и психологическата страна на проблемите. Не може да се пренебрегне и традиционния български принцип: да се отчитат само постижения, а самите те да се украсяват с всевъзможни трафаретни изрази. Не зная дали това е унаследена от периода на ентузиазма и патетиката, характерни за отчитането на „трудовите успехи“ при социализма или специфична реакция на малките общества за да изразяват свое значимо място в обкръжаващия ги свят, но феноменът е налице.

Че съществуваше превратна представа и подценяване за ПР не подлежи на съмнение. Трудно е да се обясни на какво основание се получи това отношение. Възможно е причината да е в превратно възприемане на практики или обяснения отвън (например от руската практика, тъй като преобладаващата част от библиотечните специалисти бяха съветски възпитаници или следваха безапелационно такава практика) Или пък причините трябва да се търсят в повърхностното запознаване с англоезични традиции, от лица бегло докоснали се (първите „специализации“ бяха по скоро визити за опознаване на американския начин на живот). Скъсването със старата практика (и като терминология, и като форма на

работа) и приобщаването към „новата“ не улесни възприемането на новостите. Причината за това бе, че „новата практика също, по своите основания и теоретични позиции, бе толкова далечна, колкото и старата“.

Вторият основен проблем е непознаването на публиките. Макар в библиотечните среди (и особено сред студентите по библиотечни науки) да се ширят представите, че всяко допитване е социологическо проучване, изпълнило изискванията за релевантност, истината е съвсем друга. Преобладаващата част от т.нар. библиотечни изследвания са нескопосано осъществени анкети, които не дават възможност за опознаване на библиотечните публики. А без познаване на средата, а това е основно изискване, не е възможно да се проведат реални ПР и маркетингови кампании и проучвания.

Третият основен проблем произтича изцяло от втория. Той се свежда до това, доколко се познават интересите на публиките. Без съмнение да се провеждат библиотечни изследвания и да се създава релевантна и актуална представа за интересите на публиките е сложна задача, която изисква целенасочени усилия, инвестиции във време и персонал.

Тук е мястото да се посочи един друг основен проблем – този при адаптирането на западни (а преди години на съветски) практики в българската библиотечна действителност. Доколко са приложими в български условия примерите от библиотеки с големи контингенти потребители от градове с милиони жители, от високо урбанизираните западни общества? Работата на една библиотека с няколко десетки души персонал и съответния значителен по обем и сложен по профил потребителски кръг се отличава коренно от работата, положението и изискванията към една библиотека с един само библиотекар. По същия начин ПР дейността и маркетинговото планиране на една подобна малка библиотека се различават от постановките, включващи значителни бюджети, масиви от публики, многоброен персонал.

Тук проблемът, който съществува е в ненужното вглеждане в някои дефиниции или теоретични постановки вместо адаптира-

нето на успешни практики или придържането към технологичните изисквания.

Проблем, съпътстващ още от начало възприемането на ПР и маркетинга е, че почти няма споделени наблюдения от чужди ПР и маркетингови практики. От българските публикации може да се разбере как се е провела някаква работна среща или колко са полезни студентките практики и специализациите в чужбина, но как функционират различните библиотечни технологии в чужди библиотеки – почти никога. Трябва да се запитаме, каква чужда информация от сферата на ПР и маркетинга достига до българските библиотеки. Моите изводи са, че тя е оскъдна, или неточна, или излиза извън сферата на преките библиотечни специфики. Позоваването на Котлър или на автори от типа на Сентър и Бруум не запълва практическите липси на специфично пречупване на ПР и на маркетинговата теория и практика за сферата на *non profit* организациите и специално за библиотеките.. Малкото споделени практики – на български език преводите на български език на книгата на Шарън Бейкър и на текстове от Нанси Болд, Бони Мак Кюн и др. са само единични примери от богатата чуждестранна теория и практика. примери. Общите постановки за ПР и маркетинг в различни учебни помагала и други издания се изчерпват само с основни принципи.

Наблюдава се също така подценяване на основни принципни положения на ПР и М, особено при въвеждане на новите средства за комуникация, специфични за пространството на глобалната Мрежа. Акцентира се на визуална информация, която може би от самата библиотека да се възприема като съществена, но дали такава е тя за потребителя? Без да искам да правя препратки към конкретни случаи, бих се запитала, дали постоянното присъствие на образа на библиотечния директор или на доволните библиотекари въздействат позитивно на актуални и потенциални потребители или нещо друго би привлякло тяхното внимание. Струва ми се, че при работа с електронните медии и в мрежата не се прави разлика между ПР комуникация и просто изреждане на фотоси. Също така, оставам с впечатление, че широкото използване на твитър или фейсбук като че ли още повече отслабва разбирането за необ-

ходимостта от анализ на библиотечното представяне. Ако обратната връзка е добре установена, често ще се налага преоценка на материалите, които библиотеките пускат в мрежата.

### ***Позитивните страни***

Всъщност ПР и маркетинг са дейности, прилагани в български условия от десетилетия (без да е позната цялостната технология и без да се прилагат технологичните им правила). Организиране на изложби, работа с някои публики – например с младежи, пациенти, войници, летовници, затворници, ученици; планиране на дейностите и резултатите, са упражнявани активно в българските библиотеки от 50-те години насам. При това някои от тях като практика са споделяни редовно в библиотечната периодика (сп. „Библиотекар“).

Всичко от масови мероприятия, до индивидуална работа обхваща практиката, позната в българските библиотеки. Опитът, натрупан през годините отразява развитието на българската библиотечна мисъл и практика. Без да правя никакви неуместни сравнения ще посоча, че старата дисциплина „работа с читателите“ даваше широка представа за работа с публики и дори акцентираше на необходимостта (а и на видовете) библиотечни изследвания.

Ако трябва да се обобщи, съществува огромен опит в областта на отделни дейности, като например

- организиране на изложби – изключителен опит притежава Националната библиотека (и само може да се съжалева, че не се положиха усилия и не се намериха средства да се издаде обобщението за организираниите от нейния легендарен сътрудник Арманд Басмаджян близо 600 изложби);
- литературни четения, представяне на писатели, организиране на масови прояви (седмица на книгата, марафон на четенето, дни на детската книга). Повечето регионални библиотеки например имат постоянни, значителни успехи в тези дейности;
- междубиблиотечната работа – например на РБ „П. Р. Славейков“ във Велико Търново

- масовата работа, като пример бих посочил РБ „Захарий Княжески“ Стара Загора;
- диференцирана работа с различни групи по възрастов, образователен и др. признак;
- не малко успехи имат като цяло библиотеките при провеждане на контактна работа;
- значителна е ролята на културен център, която библиотеки от всички видове изпълняват, с различни презентации на книги, представяне на личности, отбелязване на юбилеи и др.;
- успешна е работата с медиите; анализът на публикациите за отделни библиотеки (част от материалите за които са събрани в съответните библиографски издания на библиотеките) показва много ясно съществуващия интерес и възможности в регионалните медии да бъде добре отразено присъствието на библиотеката в общественото пространство.<sup>2</sup>

При първоначалното навлизане на темата за ПР в библиотеките (това ясно се вижда от материалите, публикувани в първите томовете от конференцията Библиотеки – четене – комуникации) първите текстове бяха с въвеждащ характер<sup>3</sup>, а първите примери за ПР бяха споделена лична практика (от Университетската библиотека на Софийския университет „Св. Климент Охридски“)<sup>4</sup>. Трябва да се отбележи, че общо в актите на конференцията до 2020 г. да публикувани над 50 публикации за ПР и маркетинг.

<sup>2</sup> Като примери за успешни ПР дейности (например работа с медиите) може да се посочат проявите на регионалните библиотеки във Велико Търново, Кюстендил, Пазарджик, Варна, Враца., Стара Загора

<sup>3</sup> **Русинова, Е.** PUBLIC RELATIONS – отличителен белег на съвременната библиотека. – Библиотеки, четене, комуникации национална научна конференция, Велико Търново, 2002, Велико Търново, 2003, с. 129–138; **Златева, М.** Връзките с обществеността при изграждане имиджа на библиотеките и ролята на библиотекаря. – Библиотеки, четене, комуникации национална научна конференция, Велико Търново, 2002, Велико Търново, 2003, с. 139–144.

<sup>4</sup> **Тодорова, Т.** PR техники при изграждане на съвременния имидж на университетската библиотека. – Библиотеки, четене, комуникации. Национална научна конференция, Велико Търново, 20–21 ноември 2003. Велико Търново, 2004, с. 176–184.

### **Неизползвани възможности**

На първо място това са пресконференциите, форма със значителен потенциал.

Доброволчеството, широко прилагана практика зад граница, за което при нас се говори по-скоро в общ план, но примерите за неговото използване са малко.

Възможностите които марката (бранда) дава – наблюдава се съвсем слабо използване на технологията брендиране, независимо, че преди няколко години доста шумно и настойчиво се говореше за нея.

При всяка от тези дейности, независимо дали вече утвърдени с десетилетия или все още „нови“ и не особено успешни или масово въведени съществува възможността ясно да бъде изразена ролята на библиотеката:

- да се акцентира на дейността ѝ;
- да се покажат услугите, които предлага, да се изведе, като по-обща постановка значението ѝ;
- да се открият съществуващи проблеми и се апелира към съпричастие за разрешаването им.

### **Технологични изисквания**

Успехът на ПР и маркетинга се основава на следване на следните основни принципи и изпълнението на съответните технологични стъпки:

1. възприемане и прилагане на ПР и маркетингкато свързани дейности;
2. използване на апробирана система от критерии за оценка;
3. кумулирано разработване на резултатите от отделните актове или кампании;
4. осъществяване на перманентен контрол и оценка по време на провеждане на съответните акции/кампании;
5. задължителен анализ на дейностите след приключването им;
6. установяване на постоянна обратна връзка.

Едновременно с това, при всяко действие, свързано с разглежданите тук две технологии трябва да се прилага система от ключови въпроси, които определят рамките, в които ще се развиват ПР и маркетингът:

1. откъде потребителят получава информация;
2. каква информация му е нужна;
3. към кого се обръща библиотеката (за съдействие, съучастие, като партньор или потребител);
4. за какво се обръщаме (кои дейности са приоритетни в дневния ред на библиотеката);
5. как се осъществява комуникацията;
6. с какъв език (начин на изказ) се говори на публики, партньори и други аудитории;
7. какво се очаква като резултат от комуникацията/от ПР и маркетинговата кампания;
8. кой е реалният наш възможен партньор и кой би могъл да бъде потенциален спонсор или застъпник.

Потенциалът на българските библиотеки за преодоляване на различни отклонения и слабости при прилагане на ПР и маркетинговите технологии се състои в огромния опит, в актуалната, ежедневна дейност по работа с публики (и цялостна библиотечна дейност), в осмислянето на отрицателните примери и в спазването на технологичните принципи на разглежданите две основни библиотечни дейности.

# Съдържание

<b>Предговор .....</b>	<b>5</b>
<i>От съставителите</i>	

<b>Критично мислене и информационно осигуряване: предизвикателствата на изкуствения интелект.....</b>	<b>9</b>
<i>Доц. д-р Любомира Парижкова, проф. дн Таня Тодорова</i>	

***Critical thinking and information assurance:  
the challenges of artificial intelligence***

*Assoc. Prof. Dr Lubomira Parijkova, Prof. DSc Tania Todorova*

<b>Информационното осигуряване на знанието общество – когнитивна платформа на системно обезпечаване с универсални справочно-информационни ресурси (конвергентен аванпост на библиотечно базирания изкуствен интелект) .....</b>	<b>21</b>
<i>Проф. д.п.н. Александра Куманова</i>	

***Information procurement of the knowledge society –  
a cognitive platform of a system providing with universal  
reference-information resources (a Convergent outpost of the  
library based artificial intelligence)***

*Prof. D.Sc. Alexandra Kumanova*

<b>Ролята на изкуствения интелект и технологиите в трансформацията на приобщаващото образование.....</b>	<b>34</b>
<i>Проф. дфн Иванка Янкова, гл. ас. д-р Камелия Нушева</i>	
<i>гл. ас. д-р Деница Димитрова</i>	

***The role of artificial intelligence and technologies  
in the transformation of inclusive education***

*Prof. DSc Ivanka Yankova, Chief. Assist. Prof. Dr. Kamelia  
Nusheva, Chief. Assist. Prof. Dr. Denitsa Dimitrova*

<b>„Светлата“ и „тъмната“ страна на изкуствения интелект .....</b>	<b>44</b>
<i>Доц. д-р Любомира Парижкова, Марина Илиева, Светослав Славов, Юрий Тодоров, Марио Тренчев</i>	

***The “light” and “dark” side of artificial intelligence***

*Assoc. Prof. Dr Lubomira Parijkova, Marina Ilieva,  
Svetoslav Slavov, Yuri Todorov, Mario Trenchev*

**Ролята на изкуственият интелект в съхраняване  
и възстановяване на писмени артефакти..... 58**

*Гл. ас. д-р инж. Искра Цветанска*

*The role of artificial intelligence in the preservation  
and recovery of written artifacts*

*Chief Ass. Dr. Eng. Iskra Tsvetanska*

**Перспективата на Zeuschel за това как изкуственият интелект  
ще промени работния ни процес на дигитализация ..... 63**

*Кристиан Хоендорф, Андреа де Поло Сайбанти*

*Zeuschel prospective on how AI will change  
our digitization workflow*

*Christian Hohendorf, Andrea de Polo Saibanti*

**Последиците от изкуствения интелект върху библиотеките:  
възможност или заплаха? ..... 73**

*Доц. д-р Ахмет Алтай, доц. д-р Лале Шахин*

*The Repercussions of Artificial Intelligence on Libraries:  
An Opportunity or a Threat?*

*Assoc. Prof. Dr. Ahmet Altay, Assoc. Prof. Dr. Lale Özdemir Şahin*

**Използване на изкуствен интелект в библиотеките..... 86**

*Снежана Ненезич*

*The application of artificial intelligence (AI) in libraries*

*Snežana Nenezić*

**Потенциалът на българските библиотеки  
за преодоляване на различни отклонения  
при прилагането на ПР и маркетингови технологии ..... 93**

*Доц. д-р Евгения Русинова*

*The potential of Bulgarian libraries to overcome  
various deviations in the application  
of PR and marketing technologies*

*Assoc. Prof. PhD Evgeniya Rusinova*

**От страница до дебат. Въздигането на читателските клубове  
в Полша..... 103**

*Йоана Чапска*

*From Page to Debate. The Rise of Book Clubs in Poland*

*Joanna Chapska*

<b>Омега S и други AI решения в библиотеките: Технологичната еволюция на библиотечните услуги .....</b>	<b>122</b>
<i>Светослав Николов, Хариета Николова</i>	
<i><b>Omega S and Other AI Solutions in Libraries: The Technological Evolution of Library Services</b></i>	
<i>Svetoslav Nikolov, Harieta Nikolova</i>	
<b>Изкуствен интелект за интелигентни градове – оптимизиране на градското пространство.....</b>	<b>136</b>
<i>Дария Първанова</i>	
<i><b>Artificial Intelligence for Smart Cities – Optimizing Urban Space</b></i>	
<i>Daria Parvanova</i>	
<b>Библиотечните ресурси и услуги в разработки, свързани с изкуствения интелект в рамките на проект КЛаДА-БГ .....</b>	<b>152</b>
<i>Иван Крачанов, Кирил Симов, Димитър Минев</i>	
<i><b>The role of library resources and services in research related to artificial intelligence within the framework of the CLaDA-BG project</b></i>	
<i>Ivan Kratchanov, Kiril Simov, Dimitar Minev</i>	
<b>За книгопечатника Дякон Кореси.....</b>	<b>166</b>
<i>Проф. дфн Димитър Кенанов</i>	
<i><b>About the writer Deacon Koresi</b></i>	
<i>Prof. Dr. Sc. Dimitar Kenanov</i>	
<b>Паралели на достъпността (основни характеристики на библиотеките в полския град Люблин при работата им с хората с увреждания).....</b>	<b>180</b>
<i>Николай Колев</i>	
<i><b>Parallels of accessibility (basic characteristics of libraries in the polish city of Lublin in their work with disabled people)</b></i>	
<i>Nikolay Kolev</i>	
<b>Поглед към бъдещето на професионалното образование и обучение .....</b>	<b>202</b>
<i>Гл. ас. д-р Деница Димитрова</i>	
<i><b>A look at the future of vocational education and training</b></i>	
<i>Chief. Assist. Prof. Dr. Denitsa Dimitrova</i>	

<b>Информационното осигуряване в библиотеките – нови възможности .....</b>	<b>217</b>
<i>Доц. д-р Силвия Станчева</i>	
<i>Information provision in libraries – new opportunities</i>	
<i>Assoc. Prof. Dr. Silvia Stancheva</i>	
<b>За мястото на някои културни институции в изследванията по културна история за периода 1878–1944 г. ....</b>	<b>225</b>
<i>Николай Поппетров</i>	
<i>About the place of some cultural institutions</i>	
<i>in cultural history studies for the period 1878–1944</i>	
<i>Nikolay Poppetrov</i>	
<b>Политическата комуникация в ерата на изкуствения интелект: Библиотеките като посредници .....</b>	<b>236</b>
<i>Докторант Чавдар Раев</i>	
<i>Political communication in the age of AI: Libraries as mediators</i>	
<i>PhD Student Chavdar Raev</i>	
<b>Никола Начов – Добавки и оправки към „Български книгопис за сто години“ от академик Александър Теодоров–Балан .....</b>	<b>249</b>
<i>Доц. д-р Александър Ковачев</i>	
<i>Nikola Nachov – Additions and corrections</i>	
<i>to “Bulgarian Book Writing for a Hundred Years”</i>	
<i>by Academician Alexander Teodorov–Balan</i>	
<i>Assoc. Prof. Dr. Alexander Kovachev</i>	

## **БИБЛИОТЕКИ – ЧЕТЕНЕ – КОМУНИКАЦИИ**

Двадесет и трета национална научна конференция с  
международно участие

Велико Търново, 14–15 ноември 2024 г.

*Българска*

*Първо издание*

*Научна*

**Съставители:** доц. д-р Калина Иванова  
д-р Иван Александров

Формат 60x90/16

Печатни коли 16,5

**Печат:** Печатница „Сира“ Велико Търново