

**Гамс Э.С. Электронная подписка на образовательные газеты и журналы как средство комплектования школьных и вузовских библиотек // Четвёртая международная молодёжная научно-практическая конференция «Политика и бизнес в меняющемся мире»: Тезисы докладов – М.: Обнинск, 2004.- С.206-207.**

Использование телефона как средства получения информации и оформления заказа способствовало быстрому развитию подписки на печатные издания в крупных городах. Другие интерактивные средства, такие как видеотекст и электронные каталоги на магнитных носителях также стимулировали прогресс в данной области. В настоящее время мы являемся свидетелями быстрого проникновения интернета в сферу образования, предлагающего, в частности, многоканальные способы обеспечения прямых контактов между редакциями и читателями в диалоговом режиме.

Следует отметить, что обмен идеями и информацией относится к элитарному, индивидуализированному спросу, который, как любой интеллектуальный запрос, имеет неустойчивый характер. Из этого можно сделать вывод, что подписчики любого информационного продукта нуждаются в постоянной заботе, активной их мотивации и поддержке в повседневной борьбе с экзистенциальными и гедонистическими запросами.

Характеризуя современных подписчиков как элиту, не следует рассматривать их в журналистском понимании, т.е. просто как состоятельных людей. С точки зрения подписки, элита - это и небогатые учителя, студенты и корпоративные подписчики, руководители которых осознают важность информации и знаний, и просто образованные люди, стремящиеся к повышению своего социального статуса через приобретение новых умений и навыков и профессиональный рост.

Многие российские журналы и подписные агентства используют в качестве способа доведения информации до потребителя электронную подписку. Крупные редакции имеют свои веб-сайты и проводят циркулярные рассылки по электронным адресам, в частности по учебным и крупным региональным библиотекам. Как правило, редакционные сайты предлагают подписаться на собственные газеты и журналы, и лишь подписные агентства представляют в интернете электронные каталоги с широким выбором изданий. Это связано с тем, что приобретение новых подписчиков требует значительных затрат и специальных технологий, что является не по силам мелким изданиям. Например, Агентство «Книга-Сервис» ([www.akc.ru](http://www.akc.ru)) предоставляет возможность подписаться без посредников почти на тысячу различных изданий, в том числе и образовательных, от журнала «Детская литература» и «Завуч» до «Учёт в сфере образования» по цене порой ниже, чем на почте. Всего Агентство рассылает своим