

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕНТ
ОХРИДСКИ”
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА
КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА „ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ НА ЖУРНАЛИСТИКАТА”

БОЯН ЗОРАН ИВАНОВИЧ

**СОЦИАЛНИ И КОМУНИКАЦИОННИ ОСОБЕНОСТИ НА
ТЕХНОЛОГИЧНАТА ЖУРНАЛИСТИКА**

АВТОРЕФЕРАТ КЪМ ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД
ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР”
ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ
НАУКИ
(Журналистика – ТЕОРИЯ НА ЖУРНАЛИСТИКАТА И МЕДИИТЕ)

ДОЦ. Д-Р МАРИЯ ПОПОВА
Научен ръководител

София, 2019

Дисертационният труд е обсъден и насочен за публична защита на заседание на катедра „История и теория на журналистиката“ на Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, проведено на 20.02.2019.

Дисертационният труд е в обем от 297 страници и включва: увод, четири глави, заключение, библиография. Библиографията включва 189 източника, от които 22 на кирилица, 58 на латиница и 109 документи и други източници. Емпиричното изследване в трета глава се основава на извадка от 1821 текста, докато това в четвърта глава се базира на 878 материала.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

Увод.....	Error! Bookmark not defined.
ПЪРВА ГЛАВА. ВЪВЕДЕНИЕ В МЕДИЙНАТА ТЕХНОЛОГИЯ....	Error! Bookmark not defined.
1. Основни концепции за медиите	Error! Bookmark not defined.
1.1 Исторически схващания за медиите като посредник	Error! Bookmark not defined.
1.2 Технически схващания за медиите	Error! Bookmark not defined.
1.3. Капиталистически и социокултурни схващания за медиите	Error! Bookmark not defined.
2. Технологиите – основен двигател на медиите.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Философски подходи при разбирането на технологиите.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Средството като потенция.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Технологиите в бекграунда	Error! Bookmark not defined.
3. Технологична реалност – медиите като технологии.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Видове технологичен детерминизъм.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Интеракция между медийни технологии и обкръжаваща среда (Медийна екология) Error!	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Балансиране между времето и пространството	Error! Bookmark not defined.
3.2.2. Медийната форма пред съдържанието.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Проблемни аспекти в разбиранията за медийни технологии ..	Error! Bookmark not defined.
4. Структурни отношения с технологиите	Error! Bookmark not defined.
4.1 Любовта към технологиите	Error! Bookmark not defined.
4.2 Технологична слепота.....	Error! Bookmark not defined.
4.3. Технологиите отнемат когнитивността	Error! Bookmark not defined.
4.4. Технологиите като среда	Error! Bookmark not defined.
ВТОРА ГЛАВА. ЖУРНАЛИСТИКА В ТЕХНОЛОГИИТЕ И ТЕХНОЛОГИИ В ЖУРНАЛИСТИКАТА.....	Error! Bookmark not defined.
1. Особенности на технологичната журналистика	Error! Bookmark not defined.
1.1 Техническа комуникация	Error! Bookmark not defined.
1.2 Нетехническо писане	Error! Bookmark not defined.
1.3 Обективност и пристрастност в технологичната журналистика.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Варианти на технологичната журналистика.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Технологични новини и научна журналистика.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Новинарски стойности при технологичните новини	Error! Bookmark not defined.
2. Журналистиката като разговор	Error! Bookmark not defined.
2.1 Разговор с аудиторията	Error! Bookmark not defined.
2.2 Разговор в дигитална медийна среда.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Разговор за ролята на мрежовото общество	Error! Bookmark not defined.
3. Журналистика чрез технологиите	Error! Bookmark not defined.
3.1 Автожурналистика.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Технологичните платформи – враг или приятел на журналистиката.....	Error! Bookmark not defined.
4. Технологии в журналистиката.....	Error! Bookmark not defined.

- 4.1.3 Унифицирана теория за приемане и ползване на технологиите (UTAUT)Error! Bookmark not defined.
- 4.1.4 Модел на мързеливия потребителски избор (LUM)..... Error! Bookmark not defined.
- 4.2. Теория на доместикацията (опитомяването) Error! Bookmark not defined.
- 4.3 Опитомяващата функция на технологичната журналистика ... Error! Bookmark not defined.

ТРЕТА ГЛАВА. КРИПТИРАНА ИЛИ СВОБОДНА ИНФОРМАЦИЯ – СКАНДАЛЪТ „APPLE“ – ФБР ПРЕЗ ПОГЛЕДА НА ТЕХНОЛОГИЧНАТА ЖУРНАЛИСТИКА (Изследване на случаи)Error! Bookmark not defined.

- 1. Цензурата като външен и вътрешен инструмент за контрол на медийното съдържание Error! Bookmark not defined.
- 2. Скандалът „Apple“ – ФБР – предпоставка за създаване на криптирано бъдеще Error! Bookmark not defined.
- 3. „Apple“ като защитник на потребителските интереси Error! Bookmark not defined.
- 4. Тероризмът и световната информационна заплаха Error! Bookmark not defined.
- 5. Тим Кук като лицето на войната Error! Bookmark not defined.
- 6. Отнемането на права в името на сигурността Error! Bookmark not defined.
- 7. Apple срещу ФБР – сблъсък на ценности Error! Bookmark not defined.
- 8. Ролята на криптирането на информация в журналистиката и очакванията на потребителите..... Error! Bookmark not defined.
- 9. Обобщение..... Error! Bookmark not defined.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА. КОНТЕНТ АНАЛИЗ НА МЕДИЙНОТО ОТРАЗЯВАНЕ НА ТЕХНОЛОГИЧНА ПРОБЛЕМАТИКАError! Bookmark not defined.

1. Проблемни аспекти при анализа на технологично съдържание в медиите... Error! Bookmark not defined.

- 2. Методологична рамкаError! Bookmark not defined.**
 - 2.1 Дефиниране на изследователския проблем и цели Error! Bookmark not defined.
 - 2.2 План на изследването Error! Bookmark not defined.
 - 2.3 Събиране на нужната информация..... Error! Bookmark not defined.
 - 2.3.1 Мотивация на избора на анализираните издания..... Error! Bookmark not defined.
 - 2.3.2. Кратко представяне на наблюдаваните издания Error! Bookmark not defined.
 - 2.4 Ключови думи и релевантност на съдържанието..... Error! Bookmark not defined.
 - 2.5. Схема на кодиране и обработка на първичните данни..... Error! Bookmark not defined.
 - 2.6 Наблюдаван период..... Error! Bookmark not defined.

3. Медиян анализ на отразяването на технологиите в изданията Capital.bg, Dnevnik.bg, HiComm.bg и Kaldata.com.....Error! Bookmark not defined.

- 3.1 Медийно отношение към технологиите и иновациите в анализираните изданияError! Bookmark not defined.
- 3.2 Дистрибуция на разговора спрямо заинтересованите страни (stakeholders) Error! Bookmark not defined.
 - 3.2.1 Отношение на заинтересованите страни..... Error! Bookmark not defined.
- 3.3. Дистрибуция на разговора и отношение спрямо икономическия сектор ... Error! Bookmark not defined.
- 3.4 Дистрибуция на разговора според сферата на влияние..... Error! Bookmark not defined.
- 3.5 Тематична насоченост на медийното съдържание..... Error! Bookmark not defined.
- 3.6 Особенности на медийното отразяване в Capital.bg Error! Bookmark not defined.
- 3.7 Особенности на медийното отразяване в Dnevnik.bg Error! Bookmark not defined.
- 3.8 Особенности на медийното отразяване на HiComm.bg..... Error! Bookmark not defined.
- 3.9. Особенности на медийното отразяване на Kaldata.com Error! Bookmark not defined.

4. Обобщение и ключови изводи	Error! Bookmark not defined.
Заключение	Error! Bookmark not defined.
БИБЛИОГРАФИЯ	Error! Bookmark not defined.
ПРИЛОЖЕНИЯ	Error! Bookmark not defined.

ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ ПРОБЛЕМ, ЦЕЛ, ЗАДАЧИ И ТЕЗА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Медиите и медийните технологии винаги са били тема, която разпалва ожесточени спорове не само в обществото, но и в науката. Всяко действие и последствие от въвеждането на нова медийна технология в социума води до редица директни и индиректни промени, които от своя страна генерират дадени ефекти. Тези ефекти са обект на задълбочено изследване от самото създаване на книгата като медия, та до днешния свърхмодерен смартфон „iPhone”.

Медийните технологии вече не се приемат само като средство за предаване на информация и за комуникиране на съобщения от комуникатор към реципиент. Множество изследвания говорят и за цел на технологиите, за създаване на специфична социална структура около тях. Този конструкт е обусловен от навлизането на технологията в социалната тъкан на обществото до такава степен, че тя да „изчезне“ и да стане невидима за самите ползватели. Дали този процес е проблем или просто последица, която науката трябва да отчете, е дискуссионен въпрос. Имайки предвид някои от противоречията и обществените вълнения, свързани с изтичане на данни и злоупотреба с профили в социални медии с политическа цел, технологията започва да заема все по-ключова роля в медийния дискурс.

Тук идва мястото на т.нар. технологична журналистика – онзи вид специализирана журналистика, чиято основна задача е да транслира трудните за разбиране от широката аудитория послания и да анализира в дълбочина проблемите, свързани от разпространението на технологиите. В този смисъл в центъра на изследванията на технологиите и тяхното влияние трябва да стои не „развитието“ на технологиите, а тяхното „разпространение“. Развитието на иновацията и иновационните цикли, през които минава една технология, разбира се, са значими за анализа на технологичното въздействие. Много по-важна обаче е пенетрацията на тази нова технология в различните пазарни сегменти, дори различните сфери на икономиката – публична, частна, доброволческа. Сериозна нужда от проследяване има и социалното изключване, което се наблюдава при „отричане“ на дадена технология. Пред изследователите на темата за технологичната журналистика стоят много въпроси – от това до какво води приемането на технологията или нейното отхвърляне, до каква степен журналистите осъзнават опасностите, освен предимствата на технологичните артефакти, както и способни ли са технологичните медии да видят голямата картина, голямата технологична структура.

Тези въпроси и процеси дават основание да се формира тезата, че технологичната журналистика търпи сериозни промени с въвеждането на всяко следващо медийно устройство, носещо със себе си собствени обществени конструкти, в които попада неговия краен ползвател. Тезата, че проникването на технологията на все по-дълбоко психологично, социално и философско ниво не е нова и присъства в редица научни трудове на изследователи на влиянието на технологиите през призмата на философията на технологиите. Авторите в това поле като Маршал Маклуън и Мартин Хайдегер, са известни на научната сцена, а техните хипотези са многократно дебатирани.

Важният въпрос за това кой има пълния контрол – създателят на технологията или самата тя чрез средата, която акумулира, е все така актуален, особено имайки предвид социалните специфики, които персоналните медийни технологии като телефона и лаптопа носят със себе си. **Актуалността на темата** се определя нуждата от прецизиране на понятията в сферата на технологичната журналистика и нейното репозициониране в научния дискурс не само като част от клона на културната, но и като отделен вид журналистика със собствено значение. Връзката на технологичната с научната журналистика има нужда от реконцептуализация, за да бъде отговорено на съвремените реалности от сферата на медиите и журналистическия процес. Навлизането на технологията в журналистиката не само под формата на помощно средство, но и под формата на съдържание обуславя и необходимостта от преосмисляне на вече съществуващи научни парадигми от света на медийните технологии.

Дисертационният труд използва добре известни на медийната наука концепции и теоретични постулати, както и нови и допълнени научни тези, за да бъде направен опит за цялостна концептуализация на понятието за технологична журналистика и медийни технологии. **Изследователската хипотеза**, която се налага е, че технологичните журналисти и медии говорят все повече за технологии, без да представят проблемите от технологичния свят в пълнота. Това се случва чрез говорене не за важните неща, свързани с влиянието на технологиите, а чрез артикулиране на ненужни и временни характеристики на технологиите (напр. колко е лесно да бъдат ползвани или колко ефективни и производителни са). Тази ситуация води до редица промени в обществения дискурс и в апроприацията на технологичните артефакти – от екзотични и нови те преминават в бекграунда на социалната тъкан.

Обект на изследването

Обект на настоящото изследване са технологиите и технологичните продукти, както и тяхното участие в медийния дискурс чрез отразяване от технологично-ориентирани издания.

Предмет на изследването

Основен предмет на изследването са обособяващите се от технологиите и технологичните медии социални структури, които се явяват функция на растящото им влияние върху социума.

Цели

Изследването си поставя настоящите цели:

- Да анализира спецификите на технологичната журналистика;
- Да прецизира понятията, свързани с този вид журналистика, както и да изведе видовете технологична журналистика;
- Да бъде обяснено мястото на човека в социалните структури, създавани от отразяването на медийни и комуникационни технологии.
- Чрез теоретични и практически аргументи да бъде проследен генезисът на технологичната журналистика, както и да бъде проследен процесът по обособяване на този вид като самостоятелен и независим от културната и научна журналистика.
- Чрез емпирично изследване и количествен и качествен контент анализ да представи особеностите на технологичната журналистика и отразяването на медийните технологии.

Дисертационният труд си поставя следните **задачи**:

- Чрез анализ, наблюдение и допълваща аксиоматизация на основните течения (инструментализъм, детерминизъм, субстантивизъм и критична теория) да бъдат изведени гледни точки, които позволяват преформулиране на съществуващите разбирания за медии и технологии.
- Да бъдат събрани емпирични данни, които да докажат отделянето на технологичната журналистика от научната и културната.
- Да бъдат посочени ключовите фактори за моментното състояние и възприемане на технологиите от потребителите на съвременни медийни продукти.
- Да бъдат проследени основните теми в медийния поток, базиран на технологична тематика.
- Да бъдат направени изводи за позиционирането на технологиите в медийното пространство и отношението към тях от страна на заинтересовани страни – журналисти, държавни институции, неправителствен сектор, частни потребители и др.

Методологията включва:

- Анализ и наблюдение на основни теоретични постулати от сферата на философията на технологиите и медийната наука на български и английски език.
- Интерпретация на традиционни и нови научни хипотези през призмата на технологичната медийна теория.
- Извеждане на основни белези и новинарски стойности на технологичната журналистика.

- Количествен и качествен контент анализ на специализирани и мейнстрийм издания.

Структура на дисертационния труд

Дисертационният труд е разработен в четири глави.

Първа глава представя основните концепции за медиите и медийните технологии. Концептуалните виждания и разликите в научните парадигми за понятието за медии са обединени в три групи според класификацията на британския културен теоретик Реймънд Уилямс, наречени от него „конвергенция на трите схващания“: общ смисъл, технически и капиталистически. Общият смисъл разглежда медиите като комуникационни средства, докато техническия прави това през обективизация, която позволява да бъдат разглеждани според технологичната им принадлежност. Капиталистическото течение гледа на медиите като на организации, създадени с цел печалба.

В рамките на тази част от текста са представени идеи и концепции на автори като британския социолог Джон Томсън, който разглежда видовете интеракция в медиите, теоретикът на комуникациите Харолд Ласуел, изследователят на общественото мнение Уолтър Липман, Пол Лазерсфелд, който поставя под съмнение теориите за масовото общество и за магическия курсум, Елиу Катц, Джозеф Клапър, както и тезите за институционализацията на медиите на Майкъл Гуревич и Тони Бенет и други.

Специално внимание е обърнато на ключови понятия от философията на технологията. Изяснен е генезисът на понятието „техне“, както и на тези на „пойезис“ и „физис“. Тук сериозно влияние има философът Мартин Хайдегер, който се явява един от най-технофобските критици на технологиите и нейните артефакти.

За обобщение на съвремените течения в технологичната философия е използвана класификацията на професора по дисциплината Андрю Фийнберг, който обяснява връзката между тях. Тук са изведени четирите пресечни точки във философията на технологиите: **инструментализъм, детерминизъм, субстантивизъм и критична теория.**

Разгледана е концепцията за технологиите в бекграунда и тяхното изчезване от ползрението на човека след продължително ползване. Тук тази идея е анализирана през тезите на теоретици като Найджъл Трифт и Марк Уайзър, който се явява баща на понятието за вездесъщото компютъризиране. Тази теория отразява технологичния тренд вместо един компютър да се ползва от повече хора или един потребител да ползва едно устройство, един клиент да има много компютърни устройства.

Първа глава обръща внимание и на видовете технологичен детерминизъм, които стоят в основата на вярванията в четирите философски течения от сферата на технологиите.

За база на изложените научни хипотези са използвани традиционни теории за медиите като тези на Маршал Маклуън за доминацията на формата на съдържанието, балансирането между времето и пространството на комуникационния теоретик Харолд Инис, както и разбиранията за реификацията при технологичния детерминизъм, представена от Дейвид Чандлър.

Първа глава набляга и на връзката човек-технологии чрез представяне на необичайната концепция за любовни отношения, обект на изследване от изследователя на медиите Йони Ван Ден Ийд.

Втора глава е посветена на технологичната журналистика и нейните особености. В нея са изложени основните характеристики на този вид журналистика и предпоставките тя да бъде отделена от научната и културна журналистика.

Представено е зараждането на технологичната журналистика, както и първите следи от този вид медийно отразяване в лицето на техническото писане, извършвано от технически комуникатори. Тук са дефинирани ролите, които изпълняват техническите комуникатори, като е направена и препратка към дефиницията за технически редактор от страна на българските медийни изследователи Мария Попова, Мария Нейкова, Петранка Филева и Любомир Стойков.

Направен е опит за класификация на видовете технологична журналистика, както и извеждане на варианти на технологични сайтове. В допълнение към това е направен анализ на концепцията за обективност през призмата на технологичните новини. Разгледани са и специфичните новинарски стойности на технологичните новини, които вълнуват технологичните журналисти при съставянето на материали.

Втора глава представя обзор на новите умения и знания, които са изисквани от младите журналисти, както и предпоставките те да се превърнат в задължителен атрибут на съвременната онлайн журналистика. Ролята на новия, технологичен журналист е от ключово значение за интерпретацията на взаимовръзката технологии-журналистика и произтичащите от нея последици.

Дебатът за технологичната журналистика е разделен на две направления: журналистика чрез технологии и технологии в журналистиката. Първото направление анализира отношението на технологиите и дигиталните медии към качеството и базисните принципи на журналистиката, които са познати от учебниците. От една страна проучванията показват очевиден сблъсък между новото и старо поколение в журналистиката, базирано върху *разбиранията за журналистиката* като процес, професия и възможности. От друга стои сблъсъкът, основан на разликите в *дигиталната грамотност*. Втората ос има отношение към **технологииите в журналистиката**. Тази категория се занимава с

проблемите на технологичната журналистика, и по-конкретно – отразяването на технологичните промени в медиите. В центъра на този дебат стоят въпросите за начина, по който медиите (не само специализираните технологични издания) пишат за технологиите, технологичната промяна, функциите и дисфункциите на медийните технологии и ролята на технологиите в гражданския процес и в изграждането на обществото.

Втора част представя ключови теории на социолози и медийни изследователи като Мануел Кастелс (тази за мрежовото общество), Ян Ван Дейк, Майкъл Бремър (за нетехническото писане), както и практически изследвания от самите медии. Такова е проучването на информационна агенция „Ройтерс“ за ролята на рожурналистиката в медиите.

Втора глава служи и като прекурсор на четвърта глава, която е практически ориентирана и съдържа контент анализ. Във втора глава са представени моделите на технологична инклузия, както и класификациите на различни изследователи, които дават основа за изграждане на таргетирана схема на кодиране в контент анализа. Тук е описан моделът за одобрение на технологиите (“Technology Acceptance Model”), предложен през 80-те от Фред Дейвис и Ричард Багози. Той е и един от най-влиятелните продължения на теорията на разумното действие на Мартин Фишбейн и Айсек Айзен, която е част от класическите модели на убеждаване. Моделът е допълнен от идеята за дифузия на иновациите - теория, която цели да обясни как, защо и с каква скорост се разпространяват новите идеи и технологии. Презентирана е и Унифицираната теория за приемане и ползване на технологиите, която надгражда тази на Фред Дейвис и четири основни конструкта: **очаквано изпълнение** („Performance expectancy”), **очаквано усилие** („Effort expectancy”), **социално влияние** и **улесняващи условия** – всички използвани в контент анализа.

Трета глава включва контент анализ на случай – скандалът с искането за отключване на смартфон на „Apple” от страна на Федералното бюро за разследване (ФБР), развил се в периода януари-юни 2016 г. Проследено е медийното отразяване на темата, отношението към двата ключови участника в спора – технологичната компания „Apple” и ФБР, отношението към терористичните заплахи, както и настроенята към идеята за отнемане на потребителски права в името на сигурността. За целта на изследването е реализирано специално наблюдение на социални и традиционни медии от агенция за медийни анализи.

Четвърта глава представя резултатите от направения количествен и качествен контент анализ на съдържанието, публикувано в четири онлайн издания: dnevnik.bg, capital.bg, hicomm.bg, kaldata.com. Изборът на изданията е мотивиран от търсенето на разнообразие на резултатите. Първите два сайта (dnevnik.bg и capital.bg) са представители на мейнстрийм изданията, докато другите два (hicomm.bg и kaldata.com) заемат мястото на строго специализираните технологични издания. Мотивът да бъдат избрани тези групи издания е да бъдат открити специфики в отразяването на технологиите от различни по тип медии.

Контент анализът отговаря на въпросите кой говори по темите за влиянието на технологиите, иновациите в сферата, до каква степен се артикулира калкулативното мислене от медиите, когато става дума за технологични продукти, както и как отразяват медиите промените в тяхната работа, провокирани от самите технологии.

Целта на изследването е да намери отношението към технологията в четирите издания, а не да дава оценка на качеството на отразяването от журналистическа гледна точка.

Очакваният резултат от ясно извеждане на технологичната журналистика от полето на културната и обособяването ѝ като

самостоятелен клон на журналистиката. Друг очакван резултат е технологичните новини да не бъде класифицирани изцяло като меки, а по-скоро да навлязат в полето на твърдите заради огромното влияние, което технологичните продукти имат върху обществото.

Дисертационният труд е първи опит в българското научно пространство за извеждане на ясни характеристики и дефиниции на понятийния апарат, свързан с технологична журналистика. Научната работа прави опит и за систематизиране на познанието от сферата на философията на технологиите чрез преплитане с медийната и комуникационна теории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящото изследване показва, че гледната точка на субстантивизма е най-близко до актуалната ситуация. Субстантивистите вярват, че с избирането на технологията човекът избира рамка на лайфстайл, с което безсъмнено се превръща в технологично общество. Както казва професорът по философия на технологиите Андрю Фийберг: „след като обществото тръгне по пътя на технологичното развитие, то безвъзвратно се трансформира в технологично общество – специфичен вид общество, отдадено на ценности като ефикасност и сила“¹. Подобна теза се развива от почти всички теории за приемане на технологиите. Ключово влияние, оказва се, има леснотата на ползване и производителността на технологиите. Колкото повече медиите артикулират въпросната леснота и ефективност, толкова по-голямо е приемането на технологиите. Използвайки подобни понятия, специализираните в отразяването на технологичната тематика медии всъщност се опитват да артикулират детерминантите на изследователя на технологиите Фред Дейвис

¹ Feenberg, Andrew. What Is Philosophy of Technology? Lecture for the Komaba undergraduates, June, 2003. [online]. Достъпно на: <http://www.sfu.ca/~andrewf/komaba.htm> [посетен на 30.11.18]

(„възприета полезност“ и „възприета леснота на ползване“) в желанието си (отново волно или неволно) да накарат потребителя да ползва, респективно купи устройството. Информирайки обществото за това колко е „лесно“ използването на дадено комуникационно устройство, медиите (ин)директно влияят върху потребителския избор да приеме или отхвърли дадена технология. До голяма степен това **потвърждава изследователската хипотеза**, според която разговорът за технологиите се увеличава експоненциално, без той да съдържа истински важните неща за влиянието на технологиите.

Обяснението на тази ситуация се крие в социалните структури, които създават технологиите. Дисертационният труд се фокусира върху два конкретни феномена в опит да илюстрира вътрешните и външни структури. Първият засяга почти любовната връзка „човек – технология“, която разглежда технологията като отделен субект във взаимодествени отношения с хората. Вторият се отнася до т.нар. „технологична слепота“ като инструмент за поемане на контрол на външните структури на същите взаимодействия. Тези две нива, на които се случва взаимодействието с технологията, предразполагат и крайните изводи и резултати от направеното изследване.

Изобилието от персонални (основно комуникационни) средства във всекидневието на човека създава структура, която от своя страна определя и лайфстайл рамките. Вече изграденият конструкт започва да действа директно и индиректно върху бъдещите, а и сегашни, потребители на технологичния артефакт. Това се случва чрез публичен натиск за приемане на технологиите, особено в среда, в която прогресът на човечеството се измерва с технологичния прогрес на дадената нация. Пример за това е въвеждането на таблетите в училище – неприемането на новата технология от група родители, например, води до социална изолация не само на детето, но и на тях. На по-високо ниво подобен феномен се

наблюдава и в медийните издания при отразяването на технологични събития и скандали. Анализът показва, че медиите почти винаги критикуват правителствата, когато те направят опит да регулират по какъвто и да е начин технологията, влизайки в ролята на адвокати на смятаните за „неоправдани“ потребители, част от медийната аудитория на въпросните издания.

Тук идва мястото на технологичната журналистика – едно недостатъчно изследвано поле от журналистическата наука. Заредена с наследството си от научната и културната журналистика, технологичната върви по собствен път и има нови отговорности, които до момента не са съществували. Зародишът на технологичната журналистика е посят от научната, която се занимава с изследването на научните открития и която най-често бива позиционирана в специализирани научни издания.

Техническото писане, извършвано от технически комуникатори и днес, придружено от огромния ръст на персоналните технологии, дава нова задача на научната журналистика – да транслира сложните термини и понятия от света на приложната наука за аудитория, която едва сега се оформя. Тази отговорност е поета от технологичната журналистика, засега с противоречиви резултати.

От позитивна гледна точка безспорен е **успехът на технологичните журналисти да обяснят** как се ползва дадена технология, да държат за ръка „ранните потребители“ по пътя към технологичното познание и да разкодират сложните взаимовръзки в света на технологичните компании.

Погледната от към минусите, **технологичната журналистика не успява напълно да анализира влиянието на технологиите** извън плоскостта на повърхностните разсъждения за това колко са пристрастяващи технологиите или, още по-грешната посока, колко пристрастени са хората към даден продукт. Това вменияване на вината на потребителите вместо целият фокус да падне върху технологични гиганти

е най-големия неуспех на технологичната журналистика. Автори като Тристан Харис, работили за компании като „Google”, разкриват, че всъщност пристрастяването е търсен ефект от корпоративните мастодонти. Използването на техники като интерминентни (периодични) награди в дизайна на социалните приложения на медиите показва, че целенасочените усилия на технологичните корпорации всъщност са основния елемент от т.нар. „пристрастяване към технологиите“.

Благодарение на тези елементи от комуникационния процес, потребителите, които са и активната аудитория на технологичните издания, са поставени в неудобна позиция. На първо място технологичната журналистика всекидневно работи в посока популяризиране на нови технологии чрез вече познатите „възприета полезност“ и „леснота на ползване“ похвати. На второ място обаче същата тази журналистика говори колко вредни са технологиите и как хората носят основната вина за това, че са пристрастени. В този микс от послания няма как да бъде очакван какъвто и да е резултат, различен от конструираната сега „медийна символна среда“². Положение, в което правителствата, осъзнали колко са закъснали и колко сгрешили че не са „опитомили“ технологията по-рано, правят отчаяни опити да се качат на гребена на вълната на промяната, взимайки в жертва технологичните гиганти. В тази съвършено нова ситуация технологичните компании естествено приемат ролята на несправедливо атакуваната жертва, а потребителите с радост застават на страната на това, което ги е пристрастило. Това може да е и обяснение на резултатите от контент анализа, според които гледната точка на крайните потребители почти никога не присъства в основния медиен поток. Медиите, вярвайки че изразяват „волята на потребителя“, заемат познатата роля на куче-пазар и

² Понятието е въведено от Памела Шумейкър и Стивън Рийз в книгата *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, 2nd edn, White Plains, NY: Longman, с. 28. – б.м.

пазят обществото от всеки опит за държавна регулация на онзи изпуснат от контрол феномен, който вече като че ли не може да бъде регулиран.

За да бъде пълна картината на медийното изследване, е важно да бъдат очертани основните подходи при анализирането на информацията. За целите на изследването е използван **емпиричният подход** при обработка на информацията, за да бъде представена медийната обстановка по отношение на приемането, одобрението и отразяването на технологиите и технологичните иновации. Посредством стъпване на научни фундаменти от света на медийната наука и философията на технологиите и изграждане на теоретична обстановка за пълно контекстуално разбиране на направения контент анализ са направени конкретни изводи за състоянието на технологичната журналистика и нейната роля в социума. **Емпиричното изследване** включва **наблюдение** на медийната обстановка с цел изясняване на параметрите на анализа, употреба на **метода на измерването** за определяне на количествените стойности на определените а ргіогі показатели, **комбинираният метод на факторен анализ и синтез** на първичните данни, който дава възможност да бъде изяснена факторната обусловеност на получените резултати. Първичните данни не са анализирани и синтезирани неситуативно, а поставени в контекстуални обстановки чрез **метода на ситуационен анализ и синтез**. И в двата контент анализа всички комуникационни единици са анализирани и групирани според техния тип и вид.

Обобщени резултати от изследването:

Извършеното проучване показва, че медийните издания представят повърхностно света на технологиите, залагайки повече на хардуерни

белези на артефактите, отколкото на тяхното директно или индиректно влияние.

Контент анализът на специализираните и мейнстрийм издания HiComm.bg, Kaldata.com, Capital.bg и Dnevnik.bg показва:

- Фиксация върху хардуера и софтуера на персоналните технологии, а не върху външни и вътрешни фактори за социално влияние.
- Липса на задълбочени аналитични материали.
- Липса на критичност към технологичните компании (с изключение на случаите, засягащи персонални данни, когато са атакувани за недобрата защита).
- Представяне на по-скоро анонимни, абстрактни гледни точки, отколкото аргументирани и такива с ясно посочен източник.
- Преобладаващо одобрително отношение към медийните технологии.
- Недостатъчно представяне на гледни точки от различни по тип стейкхолдъри като представители на университети и такива от гражданското общество.
- Фокусиране върху технологиите от вторичния и третичен сектори – тези на продуктите и услугите.

Основни изводи:

Дисертационният труд проследява процеса на въвеждане на нова технология, етапите през, които преминава технологичната журналистика, за да достигне до отговорите за това колко влиятелна е технологията, както и необходимите умения за транслиране на тази сложна по тип информация.

Основен извод от изследването е, че **комуникационният натиск за инклузия на идея или технология в крайна сметка винаги въздейства на всички нейни потребители** – пряко или косвено. Това се случва, независимо дали през лидерите на мнение (двойно пречуване на информацията, по двустепенния модел) или чрез пряка интеракция с медийна информация относно дадена иновация.

Същевременно **очакванията към съвременния технологичен журналист са по-високи** от тези към неговите предшественици от другите поколения. Необходимостта от владенето на конкретни дигитални умения обуславя до голяма степен не само нивото на отразяване на технологични продукти, но и обективността при представянето на различни гледни точки.

Способността на технологиите да „изчезват” в бекграунда и да създават социални структури вече е безспорна. Хората създават технологична среда, в която започват да живеят. Среда, съставена от пътни знаци, автомобили, телефони, жици, интернет. Обстановка, която излиза от контрол в момента, в който технологията изчезне в бекграунда на обществената материя. Умението на технологията привидно да изчезва крие и най-големите рискове по нейното имплементиране.

Друг извод от направеното изследване е, че **технологичните новини са все повече твърди, отколкото меки** поради характера и влиянието на съдържанието, което те комуникират с аудиторията. Важността на технологията в информационно-доминирано общество е неоспорима, а все по-обемното включване на технологично съдържание в потока новини на мейнстрийм изданията само подкрепя това твърдение.

Вътрешните и външни структури, създавани от технологиите, поставят основа на всяко действие на съвременния човек. Опосредстването на комуникацията не изменя съобщението, но добавя

стойност, която изменя реципиента до нива, които водят до качествени промени в неговото поведение.

ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Дисертационният труд представя анализ на медиите с доминиращо технологично съдържание и извежда техните основни белези, което се случва за първи път в българското научно пространство. Като резултат са изведени ключови новинарски стойности, въведени са нови понятия като „конвергирани технологични онлайн издания“ и са предефинирани разбиранята за техническа и нетехническа комуникация в контекста на съвременната технологична журналистика.
2. Изследването поставя основите на нов етап в разбирането за технологична журналистика, като разделя разговора на две тематични направления: журналистика през технологии и технологии в журналистиката. Първият отразява динамиката на употребяваните от медиите комуникационни инструменти за извършването на журналистика дейност. Вторият стълб показва нивото на включеност на технологично съдържание в медийния поток не само на специализирани технологични издания, но и на мейнстрийм медиите.
3. Дисертационният труд е първи опит технологичната, без да игнорира близката връзка, да бъде отделена от културната и научна журналистика като различен по характер вид специализирана журналистика.
4. Чрез провеждане на два типа контент анализ (количествен и качествен) изследването дава отговор на въпросите за нивото на проникване на технологиите не само в медийното съдържание, но и в масовия обществен фокус. В допълнение на това двете изследвания представят нови гледни точки за хипотезите от сферата на медийния

детерминизъм и субстантивизма, като ги уплътняват с количествени и качествени резултати.

Технологиите могат да бъдат най-полезния, но и най-опасния инструмент за извършване на дадена дейност. Създаването на нови пазарни ниши и улесняването на живота на съвременния човек са само част от функциите на медийните технологии. Борбата за контрол на технологиите продължава с пълна сила и, макар редица теоретици да вярват, че технологията властва над човека, именно човекът е този, който създава и убива технологията. А дали дадена технология трябва да бъде спряна по пътя си на развитие, може да реши само едно звено – човекът.

Научни публикации по темата на дисертацията

Структурните отношения на технологиите в контекста на доминиращите научни парадигми. В: Медии и обществени комуникации. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2018, №36. Available from: <https://media-journal.info/?p=item&aid=367>

Технологичната журналистика като огледало на съвременната социална реалност, Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски”, 2017, С., УИ „Св. Климент Охридски”, с. 137-150.

В съавторство

Попова, Мария, Екатерина Титова, Боян Иванович. Реформи и социална промяна. Ролята на онлайн медиите при изграждането на дневния ред на българското общество, С., Авангард прима, 2016, 149 с.

Научни участия и квалификации

- Участия в „Ден на докторанта“ на Катедра „История и теория на журналистиката”
- Участие в Докторантски семинар на Факултета по журналистика и масова комуникация към Софийски университет „Св. Климент Охридски“.
- Участие с междинен доклад на тема „Криптирана или свободна информация Скандалът Apple – ФБР през погледа на технологичната журналистика“. 24 ноември 2016 г., ФЖМК

- Участие с междинен доклад доклад на тема „Социални аспекти на медийните технологии“, 17 май 2017 г., ФЖМК
- Участие с финален доклад на тема „Контент анализ на медийното отразяване на технологична проблематика за периода 01.02.18-30.04.18 в изданията „Капитал“, „Дневник“, „ХайКом“ и „КалДейта“. 16 ноември 2018 г., ФЖМК.

Преподавателска дейност

Преподавател по факултативната дисциплина „Медиен мониторинг на социалните мрежи“, която се проведе през летния семестър на учебната 2017/2018г.

Упражнения по дисциплината „Теория на журналистиката и медиите“ с титуляр доц. д-р Мария Попова.