

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА НА ПРЕД ЕЛЕКТРОННОТО ЧЕТЕНЕ В МЕДИАЛИЗИРАНОТО ОБЩЕСТВО

**Добринка Пейчева, Лилия Райчева, Виолета Николова,
Валентина Миленкова, Жеко Кьосев, Владимир Дулов,
Валбона Муча, Диляна Керанова, Ивона Фалина,
Александър Христов***

Въведение

Еволюцията на масовокомуникационните средства по посока на персонализираност, интерактивност и мобилност, както и задълбочаващата се медийна обвързаност на социалните сфери, институции и групи, предизвикаха редица трансформации в институционалното, групово и междуличното общуване, включително и „удвояване“ на тяхната физическа битийност. Новите медийни образувания от рода на блогове, влогове, е-книги, е-вестници, е-радиа, е-телевизии, е-списания, профилирани и институционални сайтове, социални мрежи и пр. позиционират общуването в неограничени пространствени траектории, ангажирайки все повече хора и институции. Еволюционното комуникационно развитие се насити с безпрецедентни и безаналогови културни метаморфози и комуникационни съсредоточия, с нови културни практики и поведенчески промени. Чрез различни носители е-четенето стана основна комуникационна дейност в съвременното медиализирано общество.

Настоящата статия е опит да се разкрият съвременните медийно детерминирани измерения на трансформациите в четенето, на базата на проведени за целта емпирични социологически изследвания, в рамките на научноизследователски проект към Югозападен университет Неофит Рилски през 2015 г. с ръководител Добринка Пейчева.

Ключови думи: е-четене, медиализационна теория; комуникационни преструктуризации

Е-четенето в медиализационната теория

Новата медиализационна теория води началото си от първите години на настоящия век (Пейчева, 2003; Schulz, 2004; Hjarvard, 2008; Шаронов, 2008; Livingstone, 2009; Lundby, 2009). Тя се свързва с рефлексите от появата на новите медийни форми в интернет пространството и от позиционирането на интернет в традиционните комуникационни средства, институциите, груповите образувания, в дома, на работното място и пр.

Стремителното навлизане на е-форматите, като резултат от мобилните и интерактивни развития на комуникационните средства, е една от последиците от медиализационните процеси, предизвиквайки перманентен ръст на четенето и писането в нашето съвремие.

Освен имейлната форма и силно разпространените социални мрежи след масовото "навлизане" на интернет, се създадоха множество новомедийни единици и модификации на традиционните средства за масова комуникация, разнообразиха се достъпите до тях. От друга страна, повечето от новомедийните единици и модификации освен увеличени достъпи осигуриха ресурси и за метаморфози в самите тях. Някои интегрираха в периметъра си писмената комуникация като иманентна тяхна черта, а други, придобивайки характеристиките на самостоятелни медии – сайтове, блогове, подкасти, влогове и пр. се основаха изцяло на писменото общуване - четене и писане.

Новомедийните форми реструктурират традиционната структуризация на комуникацията и на нейните видове, предизвикват устойчиви промени във функционирането на старите медии и в тяхното социално позициониране, предизвикват конкретни метамедийни трансформации.

Днес сме свидетели как мобилният телефон, интерактивната телевизия и другите новомедийни конструкции налагат постепенно новия тип комуникация на съвременното, променяща ролята на реципиента от пасивна в активна и елиминираща една от иманентните характеристики на масовата комуникация, свързана с пасивността на възприемането (Пейчева, Райчева, Николова) Обществото в световен мащаб днес повече от всякога преодолява няколко столетните технически ограничения на масовата комуникация за осъществяване на непосредствена обратна връзка. Интерактивната иманентност на новите медии, която прави участниците в масовите комуникационните процеси активни субекти в един относително буквален смисъл, предопредели преосмислянето на досегашните комуникационни парадигми.

Интерактивният ракурс, заложен в новите медии се разкрива като своеобразен водораздел в комуникациите и комуникационните средства, в това число и писмените.

С голяма доза основание те се етикират като нетрадиционни или модерни средства за комуникация, както и обратно, има недвусмислени основания медиите до тяхната поява да се разглеждат като традиционните или стари средства за масова комуникация. Нетрадиционните средства за комуникация не само заложиха и разгръщат новия тип комуникация на съвремието, но заедно с адаптиращите се и модифициращи се традиционни средства за масова комуникация, допринесоха почти цялото многообразие от социални сфери и области от обществения живот да се базират на една нова комуникационно детерминирана основа, да придобият комуникационни метаморфози, а светът с реално основание се идентифицира като свят на комуникациите, обществото като медийно и свръхсимволно общество и в крайна сметка като медиализирано общество. (Пейчева, 2003)

Медийната ера, както не рядко се нарича новият стадий на общественото развитие, характеризиращ медиализацията като иманентно негово очертание, постави рационализацията на дейностите от един негативно натоварен в ценностно отношение план, в един приемлив общокултурен контструкт.

Медийният модел, сегментиращ аудиторията по известни категориални признаци, стана валиден и се валидизира и в един рационален план, подобно на насочването към целеви групи в серийното производство или разпространение в някои отрасли на икономиката. Профилирането на телевизионните канали е отговор на такава диференциация, насочването на рекламните послания към целеви аудитории, от своя страна, също. Социално-категориалната диференциация става основата, върху която се надграждат дейности и потребителски начинания и духовни потребности, детерминирани от ситуационни предпоставки и споделяни социо-културни норми.

Информацията и поведенческите културни модели проникват чрез медиите във всички сфери на живота, а комуникационният обмен и подражателни практики от най-различно естество стават все повече и повече действителна основа на индивидуалните, групови, институционални, в това число и световни връзки и взаимоотношения.

Не само за отделните социални дейности и взаимоотношения, но и за различните комуникационни форми и средства, чрез които медиализирането се разгръна безусловно, е налице съответно теоретично признаване. (Livingstone, 2009;). Дори в уикипедия отделните блогове - тематични или коментарни се обозначават като „любителски вестници“ или иначе казано, като медии. Причината за подобно етикиране се съдържа в самите тях. Те притежават основни материали като своеобразни уводни статии, включват материали от други източници и пр. Блоговете са обаче нещо повече

от традиционния вестник - в тях има възможност за споделяне на информация от техните читатели, осъществява се спор, публикуват се или се посочва информация от други сайтове, позиционирани са линкове към други сходни теми и пр.

Електронните модификации на традиционните аудио и аудиовизуални средства - радиа и телевизии също процедурат по аналогичен начин. Делът на информация за четене в тях нараства непрекъснато. Сайтовете на отделните официални институции пък изцяло разчитат на писмената комуникация.

Е- четенето и писането не само участват в новите модели на културно-цивилизационни процеси, но и резултират в създаването на разнообразни по съдържание и форма медиализационни продукти. Доколко традиционната печатна индустрия ще се конфронтира и застраши от заложените възможности на новите медии за креативност от най-различно естество е въпрос и предизвикателство, които предстоят да бъдат обект на внимание от изследователите от цял свят. Не случайно европейската изследователска мисъл се ангажира в тази посока. Е-четенето се оказва значима цивилизационна промяна, резултираща от медиализационните процеси в обществата.

Методология

Данните, на които се основава настоящият анализ и концептуализация са от проведено комплексно социологическо изследване през периода април - октомври 2015 г. под научното ръководство на доц. д. н. Добринка Пейчева, в рамките на научно-изследователски проект към ЮЗУ „Н.Рилски“.

В комплексното социологическо изследване бяха предвидени и реализирани от изследователския екип два типа количествени и качествени емпирични изследвани с взаимосвързаност между тях, а именно:

1. представително социологическо изследване сред 1120 души от цялата страна на квотен принцип.
2. Фокус група, конкретизирана в една от неговите разновидности - световно кафене“ с модератори Диляна Керанова и Виолета Николова – членове на колектива. Световното кафене бе осъществено през месец септември и октомври 2015 г. на две срещи и включи проявили интерес 23 студенти и 22 възрастни хора с отношение към електронното четене.
3. Използвани са и данни от представително социологическо изследване на тема: „Читателски практики в България, 2014“, осъществено от българската социологическа

агенция „Алфа рисърч“ с ръководител доц.д-р Боряна Димитрова, в рамките на научно-изследователски проект с научен ръководител проф. Александър Кьосев от СУ „Кл.Охридски“

Какви са променените културни модели и медийни практики, как и от кого се практикуват, какви са съвременните съотношения и реструктуризации и пр. са изследователски въпроси, чиито отговори наложиха осъществяването на специализирани проучвания и търсения, както и поставянето на конкретни въпроси. Това са търсения както за разкриване на състояние, така и за проследяване на закономерности, за разкриване на бъдещи тенденции.

Изследователски акценти и аргументи

Вече бе споделено, че ръстът на четенето и писането – или иначе казано на писмения комуникационен процес с рефлексии върху културните модели и практики, е една от основните промени, които бяха предизвикани от появата на новите медии.

Не будят вече никакво учудване съобщаваните от изследователите факти, че една от първите дейности, които човек извършва в рамките на деня, е четенето и писането. Проучванията в страната и чужбина разкриват, че хората се възползват от възможностите на наличните си стационарни или мобилни комуникационни средства още в първите години от разпространението на имейлната форма. В едно често цитирано социологическо изследване за американската аудитория на компанията ExactTarget, което е след първите, които търсят отговор на въпроса: „Какво е първото действие, което предприемате, сутрин, когато влезете в интернет?“ се твърди, че над 50 на сто от хората в Съединените щати, отварят и прочитат електронната си поща в началото на деня, още преди да са използвали каквато и да е друга информация. Днес подобни данни могат да се срещнат в почти всички емпирични изследвания, посветени на тази тема. Проверките на имейлите и социалните мрежи са не само първите комуникационни дейности, но и последните за деня, осъществяват се често и в протежението на целите дни.

Новата комуникационна ситуация се характеризира и с увеличен дял на електронните писмени носители на съдържания, за сметка на хартиените. Увеличава се и концентрирането на писменото пространство в мобилните медии – от една страна, като брой комуникативни актове за единица време, от друга, като смяна на технологията на посредничество, от трета, като материализации.

Всъщност все още не е далеч времето, когато традиционните пощенски услуги концентрираха в себе си писмената комуникация. Писмата бяха чакани с нетърпение дни наред, особено при конкретни поводи, телеграмите възвестяваха в рамките на 1-2 дни важните съобщения, а при бързия им вариант – след няколко часа.

Днес това е минало, но за единица време са налице много повече писмени комуникативни единици, материализирани на различни носители – в мобилните телефони, електронната поща, чата, в профилите на социалните мрежи.

Преструктурирането се съпровожда с все по-настъпателното елиминиране на традиционната писмена комуникация и заменянето и с електронна.

Почти мигновена обратната връзка чрез новите електронни форми, която става типична за всички новомедийни източници, всъщност е най-революционното развитие на електронно опосредстваните писмени комуникации, еволюцията на които продължи столетия.

Тази парадигмална културна промяна е равностепенна на революционност в писмения културен процес, при това засяга всички възрастови групи.

Чрез новите е-медийни форми перманентно се увеличават възможностите за избор и участие. Конкретно съдържание може да се чете от печатна книга или списание, но и от е-четец. Конкретно телевизионно съдържание може да се гледа от традиционен телевизионен приемник, но може да се проследи и от компютър с достъп до интернет, от нотбук, таблет, мобилен смартфон и пр. При това времевите и пространствени ограничения за осъществяване на контакти, типични за традиционните медии, вече са елиминирани.

Имат ли всъщност аналог наблюдаваните комуникационните преструктурирания и устойчиви и безвъзвратни ли са те?

Погледнато в исторически план - да. Цялата история на културата е история на преструктуризации на културно-комуникационните артефакти. Културно-комуникационните преструктурирания са индикатори за приема, с който се съпровождат конкретните медии и комуникационни форми, те са основания за етиктирането на цели историко-културни епохи – епохата на традиционната писмена култура, епохата на електронната култура и пр.

Съвременните преструктуризации на комуникационните обаче са по-обхватни и далеч по-динамични.

Мобилността е основният комуникационен измерител на съвременните медии, тя се превръща в константна за комуникационните преструктуризации. Медиализираните

мобилни комуникации се оказват устойчив елемент и емблематичен изразител на медиализираното общество.

Колкото и парадоксално да звучи мобилността е устойчивият елемент на съвременните медийни конструкти, а четенето и писането са преобладаващите комуникационни действия.

Трансформации настъпват и в самите културни модели на четене и писане. Родил се една нова писмена култура, която използва национална и международна лексика и която се експлицира като е микс от вербални и невербални знаци и символи.

Четенето като дейност също претърпя метаморфози. То постепенно се пренасочва към електронните форми и интернет източници, редуцирайки контактите с хартиените носители. При това не само в професионалните дейности и взаимоотношения, но и в свободното време. Хората днес четат много повече чрез мобилните си устройства, отколкото на хартиени носители. Самото четене става все по-фрагментирано, съчетава се с четене на много повече уточняващи терминологични или събитийни препратки, с допълнителни търсения на факти, събития, други автори, писали по проблемите и пр.

РЕЗУЛТАТИ

Количественото изследване на четенето, което проведохме през 2015 г. разкри, че електронното четене не само набира скорост, но и разкрива измерения, които са значими предизвикателства за по-нататъшни научни търсения и потвърждения. Изследването потвърди, че:

1. Електронното четене вече преобладава над четенето на хартиени носители. Дори и при възрастовата група над 60 г. се практикуват устойчиво електронните форми. Едва малко над 20 на сто от хората четат обикновено на хартиен носител. За преобладаващото мнозинство е без значение какъв е носителът, а над една четвърт предпочитат вече да четат на електронни носители.

2. Преобладаващите предпочитания за четене обаче все още са свързани с четене на хартиен носител – 44 на сто от отговорилите са категорични по този въпрос. Наличието на едно голямо мнозинство от хора, които не отдават голямо значение на какъв носител ще четат, насочва анализа към открояване на тенденции в полза на четенето по електронен път. Тази тенденция се подкрепя и от факта, че 27,6 на сто са изразените предпочитания към електронното четене.

3. Предпочитанията за четене на хартиен носител са свързани с навиците на хората, с по-лесното за тях възприемане на текста на хартиен носител и с поради тази причина с по-лесното запомняне на съдържанието.

Предпочитанията за електронното четене и неотдаването на значение за носител на съдържание се свързват с възможностите, които предлага е-четенето чрез интернет, а именно - осъществяване на контакт с други текстове, посредством предвидени за целта линкове, с възможността за правене на справки от най-различно естество, с възможността за осъществяване на обратна връзка чрез участие в предвидени форуми, за изразяване на собствено мнение в блогове и други медийни единици, за изпращане на съобщения до авторите и пр.

Електронните предпочитания за четене освен това дават възможност на хората за съчетаване на общуването с други комуникационни дейности.

Респондентите са експлицирали следните няколко предпоставки като особено значими:

Ще мога да видя дали някой не ме е търсил по електронен път -11,9%;

Ще мога да отговоря, ако някой ме е търсил в мрежата - 12%;

Ще мога да комбинирам четенето със слушане на музика, която някой е препоръчал в мрежата, слушане на важна новина, разпространена като значима и пр.- 17,2%

Ще мога да комбинирам четенето с провеждане на разговор с близки или познати, на които държа да отговоря веднага, независимо от временното прекъсване на четенето -6,2%

Ще комбинирам четенето с извършване на някаква креативна дейност, за която е дадена възможност в интернет и пр. - 5,5 %

Изследването ни разкри, че за участващите в различен тип комуникации чрез новите средства за общуване, е-четенето обхваща почти цялото разнообразие от предоставени възможности, както и че, използването на традиционните печатни средства за масова комуникация намаляват относителния си дял в съвременето ни. Изключение прави продължаващото боравене с хартиени материали, типично за институционалните взаимоотношения от различно естество, при които, както е добре известно, е налице дублиране на електронните с печатните материали.

Таблицата за честотата на четене е показателна илюстрация .

Вие четете обикновено	Няколко пъти на ден	Веднъж на ден	През 2,3 дни	Веднъж седмично	Рядко	Не чета обикновено
Е-поща	28,6%	38,4 %	9,7%	5%	4,4%	3,9%
Неща от Фейсбук	48 4%	29,5%	6,3%	6,3%	7,14%	4,5%
Неща от Гугъл	54,3%	35,9%	3,6%	2,7% -	1,8%	1,8:%
Е-вестници	15,6%	43,7%	12,7%	10%	10%0	1,8%
Е-книги	-	4,5%	0,9%	-	-	94,6%
Блогове	-	-	-	-	45,5%	55,5
Хартиени вестници	-	8,9%	5,6%	6,87%	56,2,1	22,4%
Хартиени книги	2,2%	14,3%	9,8%	6,7%	34,8%	32,1%
Хартиени материали	77,7%	1,6%	3,2%	2,7%	4,5%	0,36%
SMS-и	10,7%	12,5%	26,8%	35,7%	13,4%	0,9%
Служебни компютърни материали	55,4%	-	-	-	26,8%	17,9%
Обикновена поща	-	-	-	-	-	100%
Друго, а именно -----						

Изследването разкрива, че като дейност четенето претърпява безаналогови метаморфози. То постепенно се насочва към електронните форми и интернет източници, редуцирайки контактите с хартиените носители. При това не само в професионалните дейности и взаимоотношения, но и в свободното време. Хората днес четат много повече на мобилните си комуникационни средства, отколкото на традиционните носители. Самото четене стана все по-фрагментирано, усложнява се съпътства се с четене и на уточняващи терминологични или събитийни линкове и

препратки, с допълнителни търсения на факти, събития, други автори, писали по проблемите и пр.

Едновременно с това, е-четенето се съпътства с редица недостатъци. Пренатоварването на хората с информация е едно от тях. По-трудното запаметяване на информацията е друг недостатък. И двата недостатъка са свързани със стремежа да се получи повече информация. Макар и като положителен факт сам по себе си, обстоятелството, че голяма част от електронните текстове са от мултимедийно естество засилва недостатъците, свързани с пренатовареността с информация.. Мултимедийните продукти, както е добре известно, позволяват осъществяване на връзки с линкове от други медийни продукти, съдържащи друг тип аудио-визуални съдържания, съчетават разноформатен обем от информация. „Накъсаността“ на прочита и нелинейността на възприятието, от една страна, и възможността за мигновено задълбочаване и проверяемост на информацията в други медийни продукти, са едни от „затормозяващите възприятието фактори, свързани със запаметяването и пренатовареността с информация.

Дискусия

Изследването за е-четенето, което проведохме през 2015 г. разкри, че електронното четене не само набра скорост сред младите хора, но става все по-устойчиво и сред останалите групи от населението. Резултатите се оказват сериозни предизвикателства за битието на традиционното четене, както и за бъдещето на е-четенето. Няколко са разкритите дискуссионни моменти:

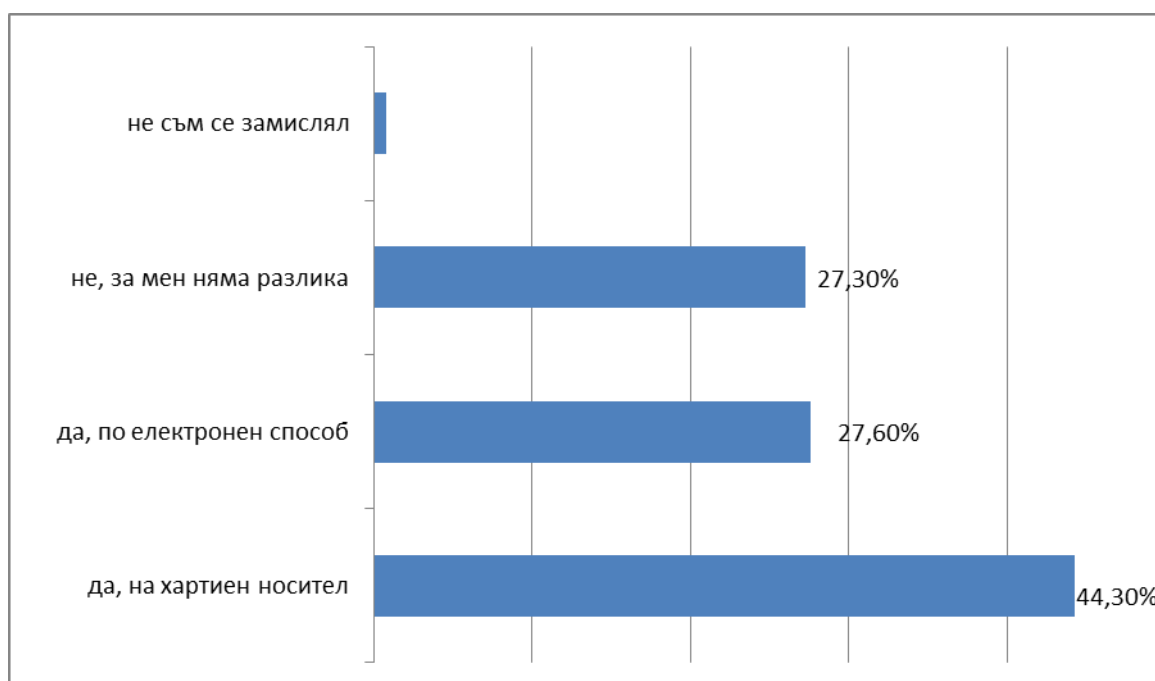
1. Електронното четене се разкрива като основна комуникационна дейност. То вече преобладава над четенето на хартиени носители. Дори и изследваните лица над 60 годишна възраст, които притежават компютри, осъществяват комуникации и чрез интернет.

2. Четенето и писането се улесняват посредством новите комуникационни средства. Предпоставките за приемането на комуникационните иновации и при образованото възрастно население са свързани с улесняване на достъпа до разнообразен брой източници, немислим при традиционните средства.

3. Изобилието от е- вестници и списания дава възможност за избор и уплътняване на свободното време, което при възрастното население постепенно, но устойчиво нараства по обясними причини..

4. Ускоряването на четенето и писането по електронен път се дължи и на икономически фактори. При ниските пенсии в България и ниската цена на труда, този тип комуникация се предпочита и по финансови

5. Преобладаващите предпочитания за четене обаче, все още са свързани с четене на хартиен носител. Хартиените носители се предпочитани от почти всички възрастови групи в България. Възрастните са преобладаващото мнозинство по този показател. На въпроса „Имате ли предпочитания за четене?“ са получени следните процентни съотношения:



Предпочитанията за четене на хартиен носител се обясняват с навиците на хората. Както вече се спомена, обясненията се свързват и с по-лесното възприемане на текста на хартиен носител, както и с по-лесното запомняне на съдържанието.

Е-книгата, респективно новите и носители - е-ридърите не са навлезли широко в ежедневието на българите, още повече сред възрастното население. Въпреки характера им на библиотечни хранилища и метамедийни конструкти, те все още са притежание на малък кръг от хора и се използват предимно в мобилни условия. В България над 70 на сто от респондентите изобщо не са се докосвали до електронен четец.

От изследването „читателските практики в България, 2014“², в което изрично е посочен е-ридърът като нова самостоятелна е-форма за разпространение на

съдържание се констатира, че едва на 4,4 на сто от респондентите са им най-близки за четене електронните четци.

Кои начини на четене са най-близки до Вашия?	Чета преобладаващо на хартия	67,3%
	Почти не чета	19,9%
	Чета преобладаващо на компютър	17,3%
	Най-често не чета, а правя разни неща на компютъра	7,6%
	Чета преобладаващо на таблет или смартфон	6,9%
	Чета преобладаващо на електронен четец	4,4%
	Слушам преобладаващо аудио-книги	0,5%

Дискусиите от качествено изследване³, свързано с търсене на дълбочинна информация за причините за ръста на е-четенето и писането, както и на ограниченото ползване на е-ридърите, разкриха няколко важни аргумента:

Независимо от известни нюанси, представителите на участниците в двете фокусни групи допълниха представите за електронното четене и писане, свързвайки ги с няколко причини:

- нарастналата медийна грамотност на населението във всички възрастови групи;
- достъпната цена на преобладаващия брой разпространени в обществото електронни носители;
- улесненията, които предоставят новите комуникационни средства за комуникация, преодоляващи времето и пространството;
- съвместимостта им с други комуникационни средства;
- взаимозаменяемостта им в различните пространства;
- многофункционалността им – четене, писане, слушане, гледане, снимане, записване и пр.
- почти неограничен достъп;
- едновременно осъществяване на междуличностна и масова комуникация;

- съчетаването на писмен текст със звук, образи картина;
- възможност за креативност от различно естество;
- възможност за преодоляване на изолация;
- възможност за съпричастност и солидаризиране

Конкретиката на обясненията на участващите във фокусгрупите относно слабото използване на е-ридърите бе логично свързана с:

- намаленото четене на книги изобщо в нашата страна, за което се говори и пише отдавна в нашата страна;

- притежаването на възможности за четене на книги и статии чрез е-носители, извън е-четците, които вече притежават и, за които не се налага допълнително плащане;

- относително високата цена на електронните четци и невключеността им в потребителски пакети;

- представи за разваляне на зрението и непознаване на техните технически характеристики;

- липсата на многофункционалност, типична за останалите комуникационни средства за е-четене;

- отсъствие на мирис на хартия и възможност за подчертаване.

Отчетени бяха и положителни страни на е-ридърите, а именно:

- възможност за притежаване на огромен брой книги и списания;

- удобни за употреба навсякъде, дори и в леглото;

- по-добри показатели за зрението в сравнение с четене на книги от таблети или компютри,

- евтин достъп за покупка на книги, в това число и безплатен при сваляне от торенти и пр.

Всъщност намаляващото желание за четене на литературни текстове изобщо, невключеността им в потребителски тарифни планове и относително високата им цена все още, се оформиха като най-значимите предпоставки за ограниченото им разпространение в нашата страната .

Намаляването на традиционно четене е отдавна известен факт в световната, а и в нашата книжна реалия. Изследването в Албания, проведено по същата методика от д-р Валбона Муча, също разкрива подобни развития.

Споменатото вече представително социологическо изследване на читателските практики през 2014г. от социологическа агенция „Алфа Рисърч² потвърждава

перманентния спад на четенето на литературни текстове в България. Констатира се, че едва около 1/3 са българите, които четат книги няколко пъти седмично, а другите прочитат максимум 5 книги годишно, като половината от тях не са прочели нито една книга.

Заклучение

Стремителното навлизане на е-медийните формати, като еволюционно развитие на мобилните и интерактивни комуникационните средства, предизвиква перманентен ръст на четенето и писането в нашето съвремие. Новите медийни образувания от рода на блогове, влогове, е-книги, вестници, радиа, телевизии, списания, профилирани и институционални сайтове, социални мрежи и пр. ангажират все повече хора и ги позиционират в неограничени пространствени траектории. Медиализираната реалност се насити с безпрецедентни и безаналогови културни метаморфози и комуникационни съсредоточия, с нови културни и поведенчески практики. Моделът на традиционното търсене и четене на книги, списания, вестници, справочна литература и пр. в дома, учрежденията, в транспортните средства и пр. се модифицира в електронен. Е-четенето и писането са новите структуро-образуващи елементи на комуникациите. Е-четенето и писането са преобладаващите комуникационни дейности. В каква посока и какви конкретно ще бъдат последиците от тези трансформации за интелектуалното и физическо здраве на хората е предизвикателство пред всеки изследовател. Настоящата статия е една от първите изследователски ориентации в това проблемно поле.

БЕЛЕЖКИ

1. Данните са от проведено комплексно социологическо изследване включващо емпирично изследване сред 1120 души от цялата страна, включени на квотен принцип, в рамките на научно-изследователски проект към ЮЗУ „Н.Рилски през м. май 2015 г. под ръководството на доц.д. н. Добринка Пейчева

2. Представително социологическо изследване, осъществено през 2014 г. от българската социологическа агенция „Алфа рисърч“ с ръководител доц.д-р Боряна Димитрова, под ръководството на проф. Александър Кьосев от СУ „Кл.Охридски“

3. Фокус група в рамките на „ световно кафене“ с модератори Диляна Керанова и Добринка Пейчева. Провеждането им е осъществено през месец септември 2015 г. на

две срещи и включва проявили интерес 23 студенти и 22 възрастни хора с отношение към електронното четене.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Николова, 2014. В търсене на световния гейткипър. е-списание *Проблеми на постмодерността* том 4, бр 1.
- Пейчева, Д. (2003) Подстъпи към медиализация на обществото, В: *Годишник на Департамент Масови комуникации*. НБУ
- Пейчева, Д. (2015). Преструктуриране на комуникациите и трансформации на четенето в дигиталната ера. В: Пейчева, Д и М. Серафимова (Съст.). *Социологически пространства*. Благоевград: Университетско издателство „Н.Рилски“
- Пейчева, Д. (2014) *Метаморфози и трансформации в комуникационното пространство и писмената култура* В Шопова Т. и Д. Пейчева (съставители) *Дигитална култура и общество*. Благоевград: УИ „Н.Рилски
- Шаронов, Д.(2008) О коммуникативном смысле медиатизации Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. № 2
- Hjarvard, S (2008) —The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change, *Nordicom Review*, 29 (2): 105-134
- Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18.
- Lundby, K. (Ed.). (2009). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang
- Raycheva, Lilia & Mariyan Tomov (2015). *The Facebook Image of the 2013/2014 Social Protests in Bulgaria*. A chapter in: B. Dobek-Ostrowska, M. Głowacki (eds.) *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years on*. Wroclaw. Poland: Peter Land Edition, p. 166.
- Schulz W. (2004) *Changes of Mass Media And The Public Sphere. The Public*. Vol.4 -2

* Добринка Пейчева, Лилия Райчева, Виолета Николова, Валентина Миленкова, Жеко Кьосев, Владимир Дулов, Валбона Муча, Диляна Керанова, Ивона Фалина, Александър Христов са участници в изследователски проект SRP С 5/15 на тема: „Трансформации на четенето в медиализираното общество“ към Югозападен университет „Неофит Рилски“ Благоевград, финансиран по Наредба 9 на Министерството на образованието и науката.