



НОВИ МЕДИИ И ЗНАНИЕ

гл. ас. д-р. Мария Манева
Бургаски свободен университет

NEW MEDIA AND KNOWLEDGE

Asst. Prof. Dr. Maria Maneva
Burgas Free University

РЕЗЮМЕ: В настоящата статия ще се фокусира вниманието върху хронологията на комуникацията. Логичният завършек на историческия ход се обуславя от възникването на новите медии. Ще се акцентира върху характеристиките и теоретичното тълкуване на информационното общество. Ще се спрем на понятията „медийна конвергенция“ и „информатизация“.

Ключови думи: *медийна конвергенция, информатизация*

ABSTRACT: In this article we will focus on the history of communication. The logical conclusion of the historic move was driven by the emergence of new media. Will focus on the characteristics and the theoretical interpretation of the information society. Will focus on the concepts of media convergence and informatization.

Key words: *media convergence, informatization*

За да достигне до Интернет, човечеството минава през няколко епохи. *Хронология* в историческа перспектива е публикувана с книгата на Грета Дерменджиева – „*Онлайн журналистика. Медиите в дигиталния свят*“:

Ера на писмеността

Писмеността съхранява информацията във времето. Тя е средство за комуникация. Чрез писмеността общуването става независимо от пространството и времето. Писаното слово може да се пренася на разстояния и да остава непроменено хилядолетия. Писмената комуникация отдалечава говорителя от аудиторията, което позволява критично оценяване и осмисляне на текста без натиска на непосредствената аудитория. Писмените култури дават възможност за плурализъм – съдържат повече от една гледна точка. При писмеността носител на знанието е книгата.



Ера на печата

Печатарската преса прави писмената информация по-достъпна за обществеността, като намалява разходите и времето за репродуциране на материала.

Ера на масовата комуникация

До 20-ти век комуникацията се ограничава до три медии – печатните, телеграфа и телефона. Масовата комуникация възниква с появата на радиото, киното и телевизията през 20-ти век. Ключът към технологичния напредък е откриването на електричеството. Телеграфът – първото откритие (19-ти век), използва електричество за комуникационни цели, позволява да се предава информация на големи разстояния с голяма скорост. Телефонът и радиото са открити през 19-ти век. Новата форма на комуникация – комуникацията, подпомагана от машини – функционира чрез техническо средство от страна на комуникатора и от страна на реципиента – това са факс, телефон, радио, телевизия. Те са в основата на телекомуникационните системи. Радиото и телевизията са електронни масмедии. В масовата комуникация съобщението се предава публично, индиректно (опосредствано от технически масмедии – печатни и електронни), едностранно и към разпръснатата аудитория. Индиректната масова комуникация разделя комуникационните партньори (комуникатор и реципиент) във времето и пространството.

Масовата комуникация се стреми да привлече вниманието към поднесената материя и да повлияе на аудиторията. Целта е зрители, слушатели, читатели да приемат, асимилират, интерпретират информацията, предадена от медиата. Колкото по-голямо влияние има една медия върху аудиторията си, толкова и печалбите ѝ стават по-големи – привличат рекламодатели. Комерсиалните медии се стремят към по-мощна комуникация с цел привличане на по-голяма публика. Масовата комуникация е повлияна от съвместното влияние на технически открития. Нова тенденция в електронните медии е навлизането на новите медии (социалните медии) като източник на обратна връзка с аудиторията и като източник на информация. В сутрешните блокове журналистите четат от Фейсбук мнения на зрители или изявления и становища на политици. Така новите платформи се пренасят в полето на традиционните медии.

При масовата комуникация съобщението се предава не на определен реципиент или последователно на поредица от реципиенти, а едновременно на аудиторията. Изследователи на масовата комуникация са **Шулц, Райт, Мюлер, Буркарт**. Масовата комуникация е насочена към множество индивиди, които от гледна точка на комуникатора според Буркарт са „необозримо, хетерогенно и анонимно (множество): необозримо, защото представляват числено такъв мащаб, че за комуникатора е невъзможно да взаимодейства директно с тях, хетерогенно, защото тези хора заемат множество социални позиции и анонимно, защото отделният член на съответната общност е непознат за комуникатора” (Буркарт, 2000).



Ера на информационното общество

Когато комуникационният канал, по който протича съобщението, стане компютърът, тогава говорим за нови медии. Интернет е средство за пренасяне на информация. Във всяка епоха съществува технология за събиране, обработка, съхраняване и пренасяне на информация.

Интернет предоставя най-голяма свобода на общуването спрямо предходните медии – традиционните медии и телефона например.

Електронната ера – от 1940 г. до днес – дава първия електронен цифров компютър.

Теоретичната база на постиндустриализма служи за обосновка на информационното общество. Еволюцията на човека и развитието на обществото се свързват с прогреса на знанието. През 70-те години на 20 век се случва информационно-технологична революция – създадени са микроелектрониката, компютърната техника и телекомуникациите.

Автор на термина информационно общество е **Юджиро Хаяши**, професор в Токийския технологичен институт. Базови характеристики на информационното общество са: по-голяма част от населението да бъде заето с информационна дейност; информацията става главна ценност, информацията обединява обществото, става главен продукт на производството и основна стока; властта в обществото преминава в ръцете на информационен елит (инфокация); класовата структура на обществото загубва смисъл – налага се елитарно-масова структура, пролетариатът бива заместен от когнитариат (означава група на интелектуалците) и ново компютърно поколение на свободни хора – хомо интелектус. Произвеждат се информационни, а не материални продукти. Материалната потребителска парадигма принадлежи на индустриалното капиталистическо общество. Човечеството отива към безкласово и безконфликтно общество.

Три са основните движещи сили на информационното общество:

1. **Цифровизацията** на информацията; 2. Сливането на комуникационната и компютърната инфраструктура в **информационни супермагистрала** и глобални телекомуникационни мрежи; 3. **Глобализацията** на информацията. В глобализма основен двигател на социалните промени е информационно-компютърната революция. Информационните и комуникационните технологии са двигател на общественото развитие. Съществуването на човечеството преминава в глобалното информационно пространство.

Тези три движещи сили на информационното общество ускоряват информационните потоци, преобразуват структурата на информацията.

Ако в обществото над 50% от населението е заето в сферата на услугите, има постиндустриализация.

Ако в обществото над 50% от населението е заето в сферата на информационно-интелектуалните услуги, обществото е станало информационно.



САЩ встъпват в информационното общество през 1974 г. **Марк Палат** представя еволюцията на социалните системи според преобладаващия брой на заетите в сферата на общественото стопанство така:

1. Заетост в производството на храни – аграрно общество.
2. Заетост в материалното производство – индустриално общество.
3. Заетост в сферата на услугите – постиндустриално общество.
4. Заетост в сферата на информационните услуги – информационно общество.
5. Заетост в сферата на интелектуалната дейност – ноосферно общество.

Американският учен **Дейвид Робъртсън** предлага периодизация на еволюцията на човешкото общество базирана на обема информация.

Цивилизационните нива се определят според количеството на произвежданата в обществото информация.

Ниво 0 – базово ниво, информационната вместимост е съизмерима с мозъка на отделния човек – 10 на 7-ма степен бита.

Ниво 1 – устно общуване в рамките на общината – количеството на циркулиращата информация е 10 на 9-та степен бита.

Ниво 2 – писмена култура, като мярка за информираност на обществото се приема Александрийската библиотека, съхраняваща 533 000 свитъка, в които се съдържа 10 на 11-та степен бита информация.

Ниво 3 – книжна култура – има много библиотеки, издават се книги, вестници, списания – 10 на 17-та степен бита информация.

Ниво 4 – информационно общество с електронна обработка на информацията – 10 на 25-та степен информация.

Арон Келерман отстоява тезата, че информационното общество вече е факт. Обособява три фази на обществото:

1. Богато на информация – 1960 - 1980;
2. Основано на информация – 1980 - 1990;
3. Доминирано от информацията – 1990 - 2000.

За **първата фаза** „богато на информация“ е характерно интензивното производство на информация, развитието на информационните технологии и нарастване броя на заетите в сферата на информационните дейности.

Втората фаза „основано на информация“ се характеризира с три тенденции:

1. *Глобализация* – темповете на производство на информация и информационно взаимодействие се ускоряват дотолкова, че пространството изчезва.
2. *Специализация* – разпространение на информационните средства, развива се специализираното информационно оборудване и програмното осигуряване.
3. *Свързаност* – информационните и комуникационните технологии (Интернет) разрешават обработването на всички форми на информация – текст, графика, аудио и видео в дигитален формат.



В третата фаза на информационното общество „доминирано от информацията” производството, предаването и използването на информация става водеща икономическа и социална дейност. Очертават се три характеристики на новия социум: 1. Информацията става основен продукт; 2. Конвергенция на медиите; 3. Информацията става култура.

В информационното общество се разширява социално-политическата роля на медиите.

Тук е мястото да се спрем върху термина **медийна конвергенция**.

С понятието конвергенция (от лат. „convergere”) се отбелязва интегриращият ефект, който настъпва вследствие на въвеждането на цифровата техника. Съществуват два стадия на конвергенцията. Първият стадий е „телематика“ – обхваща сливането от 1970 г. насам на телекомуникацията и компютрите. Вторият стадий на конвергенцията е „медиаматиката“ – означава сближаване на електронните медии (радио и телевизия) с телематиката (телекомуникации и компютри).

Конвергенцията се проявява като:

1. **Конвергенция на техниката.** Има два вида техническа конвергенция:

- 1.1. Чрез мрежови платформи да се представят еднакви индивидуални и масови комуникационни услуги.
- 1.2. Сливането на телефон, радио- и телевизионен приемник и компютър в едно.

2. **Конвергенция на съдържанията.** Освен традиционната телевизия съществува *видео по заявка* – зрителят сам решава кога и какво съдържание да гледа (VOYO – на Би Ти Ви). Друг пример за срастване на съдържанията и размиване на границата между индивидуална и масова комуникация е уебтелевизията (Web-TV). При уебтелевизията интернет съдържанията и услугите на електронната търговия са достъпни чрез телевизионния приемник.

3. **Конвергенция на пазарите.** Конвергенцията на пазарите е последица от конвергенцията на съдържанията. Цифровата телевизия способства за конвергенция на пазарите. Изграждането на инфраструктура изисква голям финансов ресурс, с което се стимулират сливанията на пазари. Сливат се медийни компании. Те завладяват пазари.

4. **Конвергенция на поведението на потребителите.** Дали конвергенцията на съдържанията и на пазарите ще се наложи за в бъдеще, зависи от потребителите. От два фактора се определя поведението на потребителите: 1 фактор – разходи в следствие на цифровизацията заради купуване на крайни устройства; 2 фактор – леснота на използване на услугите.

5. **Конвергенция на правото.** 1. Технологично неутралното правно регулиране на мрежови платформи е част от правната конвергенция. Директивите третираат еднакво всички способи за разпространение, независимо от транспортираното съдържание. 2. Ще се слее надзорното право, ще има всеобхватна надзорна инстанция, която да предлага уеднаквени стандарти. 3. Правното регули-



ране на съдържания ще е различно. Защото е различна необходимостта от регулиране на електронен вестник, телевизионна програма по Интернет или видео до поискване. Телевизията влияе на общественото мнение, затова изисква особено регулиране в сравнение с другите медии.

Другото понятие, на което ще обърнем внимание в настоящата статия, е „информатизацията“.

Изобретяването на компютъра и неговото скокообразно развитие (удвоява мощността си на всеки осемнадесет месеца), както и паралелното развитие на телекомуникациите и компютърните мрежи служи като начало на нов еволюционен процес, наричан информатизация. Компютъризацията създава техническата база за развитие на информатизацията.

Информатизацията (informatization) представлява организиран социално-икономически и научно-технически процес по създаване на условия за удовлетворяване на информационните потребности. Характерни особености на информатизацията са, че тя се базира на формиране на информационни ресурси за гражданите и изгражда информационната култура на гражданското общество. Целта е да се създадат условия за осигуряване на достоверни, изчерпателни и своевременни знания във всички човешки дейности.

Информатизацията е основен процес в глобалната трансформация на социума. Включва три процеса: **1. Медиатизация; 2. Компютризация; 3. Интелектуализация.**

Изследванията в областта на информатизацията са белязани от два теоретико-методологически подхода:

1. *Технократичен* – информационните технологии се разглеждат като средство за повишаване на производителността на труда. Информационните технологии се използват в производството и управлението.

2. *Хуманитарен* – информационните технологии се разглеждат като важна част от човешкия живот. Те (информационните технологии) имат значение за производството, икономиката и социалната сфера. **Социалната информатизация** представлява перспективна област за научни изследвания. В съвременния социум индивидите са информатизирани. Социалната информатизация е предмет на науката социална информатика, която е частна социологическа теория с интердисциплинарен характер – синтез на информатика, философия, социология, психология.

Информатизацията поражда следните трансформации в социалната структура:

- Нараства количеството на социалните групи в обществото;
- Нови съотношения между представители на различните социални слоеве – нараства групата на интелектуалците (когнитариат);
- Пирамидалната социално-икономическа структура отстъпва място на мрежовата (мозаечна) структура на обществото.
- На върха на ценностната скала са иновациите, оригиналността, автономията на личността.



Информацията придобива лавинообразни размери. Обществото е залято от информация. И същевременно аудиторията изпитва информационен глад. Трябва да бъде заредена постоянно с актуалностите на деня. Развитието на индустриалното общество води до парадоксална ситуация – натрупаният огромен информационен потенциал не може рационално и в пълен обем да се използва от хората поради ограничените им възможности. Възприемчивостта, интелектът на човек имат предел. Те рамкират информацията. Появява се противоречие между ограничените възможности на човека за възприемане и преработка на информацията и съществуващите мощни потоци и масиви, предоставящи информация. Появява се голямо количество излишна информации, което затруднява потребителя при подбор а ѝ.

От средата на XX в. информацията става неограничена. Общата сума от знания се удвоява както следва: до 1900 г. – на всеки 50 години; до 1950 г. – на всеки 10 години; до 1990 г. – на всеки 5 години; след 1990 г. – ежегодно. Причините за това са: постоянно увеличение броя на периодичните издания в различни области на човешката дейност; масмедииите; появата и развитието на Интернет.

Съществуват различни мнения по темата за достоверността на информацията в Интернет. Според по-консервативни групи всеки може да публикува каквото пожелае в Интернет, без да носи отговорност. Може да бъде анонимен, няма идентичност. От друга страна, тенденция е Интернет да измества книжните носители. Съществуват официални сайтове – институционални, където се публикува достоверна информация; има научни бази данни, електронни книги. Дигиталните издания изместват печатните. Цифровизираната информация е лавинообразна, има огромен мащаб.

Същевременно паралелно с прогреса на информационно богатите страни се наблюдават и тревожни тенденции в информационно бедните страни. Съществува население по света, което е под прага на информационната грамотност. Две трети от населението на планетата няма телефон. Съществува нарастване на икономическото, социалното и културното неравенство в света, от което произтича т.нар. цифров разрыв.

България по отношение на развитието на Интернет е на добро ниво, особено сред младото поколение.

Литература:

1. Dermendzhieva, Greta. Onlain jurnalistika. Mediite v digitalnia svjat. S., Universitetsko izdatelstvo „Sveti Kliment Ohridski”, p. 9 – 40, 2012.
2. Ginev, Rosen, Informatia i Internet. Vectori na socialnata transformatia. VSU „Free University”, p. 20 - 33.