

КОНЦЕПТУАЛИЗИРАНЕ НА МЕДИЙНАТА ЕКОЛОГИЯ

Българската медийна и комуникационна екосистема, обект на изследователско представяне и концептуализиране в този специален тематичен брой на списание „Проблеми на постмодерността“, е съпътствана от множество фундаментални трансформации, резултат от дигитализацията на традиционните средства за масова комуникация и появата на нови онлайн медийни субекти, подлежащи единствено на саморегулация.

Екологичният подход към медиите се превърна в релевантен подход за тяхното разностранно изучаване, тъй като промените в медийната система рефлектират върху всички страни и области на обществото като цяло, на неговите групи и конкретни индивиди, предизвиквайки „замърсености“ от различно естество. „България слиза все по-ниско в класациите за независимост на медиите“. Това са първите думи, с които Хендрик Зитих, ръководител на медийната програма за Югоизточна Европа на фондация "Конрад Аденауер", представи проучване за свободата на българските медии, проведено от социологическата агенция "Алфа рисърч" по поръчка на фондацията през м. ноември 2018 г. Като "плашещи" определя Х. Зидих данните от проучването, тъй като почти две трети (63%) от анкетиранияте в националното представително проучване са заявили, че българските медии са зависими ("напълно зависими" (16%) и "по-скоро зависими" (47%)). Тревогата идва, според него, от увеличаването на това негативно усещане за зависимост на респондентите, които през 2017 г. са били 47 на сто - почти двадесет пункта по малко. От изследването се констатира, че телевизията продължава, макар и с понижаване от близо 10 пункта спрямо 2017 г., да бъде най-използваното средство за масова комуникация: 83% са посочили телевизионните канали главно за политическо ориентиране и информиране, следвани от онлайн медиите -28% и от 19-21% от социални мрежи, вестниците, списанията и радиото. Доверието е отново към тях, но с по-ниски показатели: 60% към телевизията, 12% към онлайн новинарските медии; 9 % към социални мрежи, 8 % към пресата, 6% към радиата, и едва по 3% към институционални сайтове и сайтове на НПО. В същото време много голям дял от респондентите са

посочили печатните медии (37%), социалните мрежи (35%) и телевизиите - 20%, като най-големи разпространители на фалшиви твърдения¹.

Медийният екологичен научен подход предполага изследване на съдържателните измерения на медиите, доколкото те са основанията за едни или други усещания и поведенчески реакции, но не пренебрегва изследванията и на субектите в комуникационните процеси: комуникаторите (журналисти, редактори и пр.) и реципиентите (зрителите, читатели, слушатели), наричани днес „бивша аудитория“. Не пренебрегва и учените и обществените, с експертиза в тази сфера.

Настоящият тематичен брой, посветен на медийно-екологични проблеми се осъществява в рамките на научно-изследователски проект: „Фундаментални промени в медийната и комуникационна екосистема и рефлексите им в обществото“ ДН 05/11 от 14.12.2016 г. към Фонд Научни изследвания, под научното ръководство на проф. д-н Добринка Пейчева от ЮЗУ „Неофит Рилски“. В него се поставят акценти върху почти всички функционални страни на медиите и на тяхното разностранно влияние. Той търси отговор на трите основни въпроса на Нийл Постман², а именно: Какви са моралните последици? Дали последствията са по-хуманистични или антихуманистични? Ние, като общество, печелим повече, отколкото губим, или губим повече, отколкото печелим.

В концептуализирането на медийната и комуникационна екопроблематика участват с научни студии и статии 15 утвърдени учени в областта на медиите и комуникациите, преподаватели в 4 български университета - Нов български университет, Софийски университет „Климент Охридски“, Университет за национално и световно стопанство и Югозападен университет „Неофит Рилски“, както следва:

Проф. д-н Добринка Пейчева - Медийната екология - концептуални и съдържателни измерения;

Проф. д-н Руси Маринов - Информационна екология и интерактивен интерфейс;

¹ https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2018/11/21/3349535_bulgarskite_medii_sa_zavisimi_kazvat_63_ot_bulgarite_v/?ref=home_main_news&fbclid=IwAR01Vj8mxvwHm882VSOLEpgWWHc7hP6DWCotT-MgiyEoNEkCCfB0m-ek8_7g

² See: Griffin, Em. A First Look at Communication Theory. 7th ed. New York, NY: The McGraw-Hill, 2009. Print

Проф. дн Толя Стоицева - Екология на масмедиите: метафори и медийни парадокси;

Проф. дн Иванка Мавродиева - Медийна екология и дигитална медийна грамотност;

Проф. дн Мария Попова - Семиотични аспекти на медиите и информацията в развиващата се дигитална комуникативна екосистема

Проф. д-р Лилия Райчева, д-р Нели Велинова, д-р Мариян Томов. Дебатиране на новото понятие за медиите в българската медийна екосистема;

доц. д-р Стела Ангова, доц. д-р Светла Цанкова, доц.д-р Мартин Осиковски, д-р Мария Николова - Съвременна дигитална журналистика в България;

Д-р Виолета Николова - Медийната екосистема на youtube. Краудсорсинг, краудсторминг и краудфъндинг;

Д-р Диляна Керанова - Хоризонти на медийната екология. Представите за медийния ребус

CONCEPTUALIZING MEDIA ECOLOGY EDITORIAL

The Bulgarian media and communication ecosystem, which is the object of research and conceptualisation in this special issue of the journal "Postmodernism Problem", is accompanied by many fundamental transformations resulting from the digitization of traditional mass media and the emergence of new online media entities which are subject to self-regulation only.

The ecological approach to media has become a relevant approach to their versatile study, as changes in the media system reflect on all sides and areas of society as a whole, its groups and specific individuals, causing "pollutions" of a different nature. "Bulgaria is getting lower and lower in the media independence charts." These are the first words by which Hendrik Sittig, head of the Media Program for South-Eastern Europe of the Konrad Adenauer Foundation, presented a study on the freedom of the Bulgarian media conducted by the Alfa Research Sociological Agency, commissioned by the Foundation in November 2018. Hendrik Sittig described the study data as "frightening" as almost two thirds (63%) of the respondents in the national representative survey said that the Bulgarian media are dependent ("fully dependent" (16%) and "rather dependent" (47%)). The worry comes, he said, of the increase in this negative feeling of dependence on respondents, who in 2017 were 47 per cent – almost twenty points less. The survey found that TV continues, albeit with a decrease of nearly 10 points from 2017, to be the most widely used media: 83% have indicated TV channels mainly for political guidance and information, followed by online media - 28% and 19-21% of social networks, newspapers, journals and radio. Trust is back to them, but with lower ratios: 60% to television, 12% to online news media; 9% to social networks, 8% to the press, 6% to the radio, and only 3% to institutional websites and NGO sites. At the same time, a very large share of the respondents indicated print media (37%), social networks (35%) and televisions - 20%, as the largest contributors of fake news³.

The ecological scientific approach implies the study of media contents as far as they are

³ https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2018/11/21/3349535_bulgarskite_medii_sa_zavisimi_kazvat_63_ot_bulgaritye_v/?ref=home_main_news&fbclid=IwAR01Vj8mxvwHm882VSOLEpgWWHc7hP6DWCotT-MgiyEoNEkCCfB0m-ek8_7g

the basis for one or other of the sensations, but it does not ignore the research and all other subjects in the communication processes: communicators (journalists, editors, etc.) and recipients (viewers, readers, listeners) . It does not neglect scholars and public figures with expertise in this field.

The current thematic issue devoted to media-ecological problems is carried out under the research project DN 05/11 of 14 December 2016 of the Scientific Research Fund, under the academic supervision of Prof. Dobrinka Peycheva, PhD and DSc from the South-West University "Neofit Rilski". It focuses on almost all of the functional aspects of media and their multifaceted influence. It seeks answers to Neil Postman's three main questions⁴, namely: What are the moral implications? Does the consequences more humanistic or anti-humanistic? Do we, as a society, gain more than we lose, or do we lose more than we gain?

15 eminent and established scholars in the field of media and communications, lecturers in 4 Bulgarian Universities - New Bulgarian University, Sofia University "Kliment Ohridski", University of National and World Economy and South-West University "Neofit Rilski" contribute to the conceptualization of the media and communication ecology frame with their scientific studies as follows:

prof. Dobrinka Peicheva, PhD, DSc: Media Ecology - Conceptual and content Dimensions

Prof. Rusi Marinov, PhD, DSc: Information ecology and interactive interface

Prof. Tolya Stoitseva, PhD, DSc: Ecology of mass media: metaphors and media paradoxes

Prof. Ivanka Mavrodieva, PhD, DSc: . Media ecology and digital media literacy

Prof. Maria Popova, PhD, DSc: Semiotic aspects of the media and information in the evolving digital communicative ecosystem

Prof. Lilia Raicheva, PhD, Nelly Velinova, PhD, Marian Tomov, PhD: Debating the new media notion in the Bulgarian media ecosystem

Assoc. Prof. Stella Angova, PhD, Assoc. Prof. Svetlana Tsankova, PhD, Assoc. Prof. Martin Ossikovski, PhD, Ivan Valchanov, PhD; Maria Nikolova, PhD: Contemporary digital journalism in Bulgaria

⁴ See: Griffin, Em. A First Look at Communication Theory. 7th ed. New York, NY: The McGraw-Hill, 2009. Print

Violeta Nikolova, PhD: The media ecosystem of Youtube: crowdsourcing, crowdstorming and crowdfinging

Assist. Professor Dilyana Keranova, PhD: Horizons of media ecology. The Reflections on the the media rebus.

Prof. Dobrinka Peicheva

Editor of thematic issue