

СЕМИОТИЧНИ АСПЕКТИ НА МЕДИИТЕ И ИНФОРМАЦИЯТА В РАЗВИВАЩАТА СЕ ДИГИТАЛНА КОМУНИКАТИВНА ЕКОСИСТЕМА

Мария Попова

Нов български университет, email: mpopova@nbu.bg

РЕЗЮМЕ

Живеем днес в хаотичен и променящ формата си свят. Изкуственият интелект и общуването, многополюсният свят и издигането на авторитарни лидери са някои от силите, които променят обществата по непредсказуеми начини. В бизнеса разграждащите се бизнес модели се променят с бързи темпове. Цифровите технологии и медийните платформи позволяват мигновено да циркулира информацията. Фалишивите факти, остарялата истина, бомбардирането със съобщенията чрез многобройни цифрови платформи, доведоха до предаване на по-голямо съдържание, но на по-малко значение. Въпросът е как семиотиката и свързаните с нея методологии могат да помогнат да се ориентираме към духа на ускоряване на промяната на работните условия, на живеенето и във възприемането на света. Всъщност, семиотиката като дисциплина е уникално позиционирана, за да осигури перспектива и по-задълбочено вникване в работата на силите, които променят значенията. Теорията на медиите и теорията на комуникациите в никакъв случай не се препокриват. Първите акцентират на значенията, а вторите на съобщенията. Свързваща теория на двете области е семиотиката, за чието приложение има аргументи от редица изследователи на медийната теория. Една от най-важните задачи на семиотиката е да обясни как се осъществява разбирането. Тя показва относителността на информационната стойност за разбирането. Тази относителност и ролята на семиотиката във връзка с ефективността на медийните канали при принасянето на информацията е предмет на представения текст

Ключови думи: семиотика на медиите; медийна екология, медийна екосистема

Новите технологии са не просто промяна на начина на разпространение на информацията. Те са алтернатива на нашето възприемане на реалността. Или – на нейното пренареждане“

Маршал Маклуън

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Разговорът по тази тема трябва да започне с това, кои научни области са ангажирани в изследователската сфера. Теорията на медиите и теорията на комуникациите в никакъв случай не се препокриват. Първите акцентират на значенията, а вторите на съобщенията. Свързваща теория на двете области е семиотиката, за чието приложение има аргументи от редица изследователи на медийната теория. (Leverette, 2003)

Една от най – важните задачи на семиотиката е да обясни как се осъществява разбирането. (Попова, 2018)

Семиотиката показва относителността на информационната стойност. Тази *относителност* следва да бъде изучавана във връзка с ефективността на медийните канали при принасянето на информацията. Относителността на информационния факт зависи не само от субективността на означаванията, осмислянето и интерпретациите, но и от вариабилността на културните и технологични средства.

Обществените комуникатционни посредници са в непрекъсната зависимост от икономическите, социални, политически и технологични условия. От една страна, на тях им действат физическите, научни и технически революции, а от друга, променящите се идеологически, социални промени, както и еволюцията на идеите.

Това обстоятелство поставя теорията на медиите във зависимост от повече фактори, произтичащи от различието на съобщение и значение. На преден план се проявява необходимостта от интеграция между медийните технологии и човешкото съществуване, както и за комплексната взаимна роля на технологиите, медиите, променящата се среда, за което се използва понятието „екология на медиите“. Екологията на медиите се отнася до културата „тук и сега“. Те са обща система. Когато към тази система се включат нови технологии или нови означения и символи, те не се сумират със старите, а съставят нова

структура, чието изучаване принадлежи на екологията на медиите.

2. ТЕОРЕТИЧНА РАМКА

Информацията – най-скъпо струващият продукт на обществото и технологиите

Как се свързва понятието „информация” с културата и комуникациите и за каква „цена” на информацията става дума? Информацията е елемент на комуникативната система, която е резултат от съществуването на човека и от неговия обществен живот. Информацията е нещо, с което човек непрекъснато борави, той непрекъснато обменя съобщения, получава известия, препредава ги на другите, регулира своя живот по този начин, взима по-бързи или по-бавни решения в зависимост от истинността и стойността на информацията, която получава. Така че взаимовръзката между всекидневната култура и информацията е твърде пряка. Тя е много разнообразна и е в зависимост от комуникативния подход и в зависимост от естеството на тази информация. Всички събития в обществото са обект на социални форми на информиране. Те могат да обхващат всички видове вести, които хората споделят. Тези вести се разпространяват по два начина: или при междуличностната комуникация, при ежедневните разговори, в тях се включват и механизми като слуховете, тук главна роля играят и медиите. Сега хората са твърде зависими от вестите и те и навременната информация играят твърде важна роля в решаването на социалните проблеми. Колкото един социален проблем е по-остър в даден момент, толкова повече общественото мнение е податливо на сугестията на източниците на информация. Известно е, че както медиите, така и слуховете рефлектират върху човешката психика в най-висока степен по време на екстремни ситуации, като например остри социални кризи, войни, недоимък, епидемии. Човешката психика е много податлива на информацията и ролята на информацията в тези случаи е твърде специфична. Разбира се информацията не може да реши тежките социални проблеми, но тя може да помогне за сваляне на напрежението и страховете от различни ситуации. И обратното, че наличието на информация би могло да стимулира създаването на социални проблеми, на социални кризи, да предизвика излишна паника, недоволство, протест или

чувство за опасност, което понякога създава мнение, че скритата информация е по-добрият вариант, отколкото информацията да бъде изказана явно. Има много примери, които са цитирани в литературата и показват негативните последици от един истинен информационен вакуум. Бих могла да дам един цитиран от литературата пример. Той е от 1968 година, когато по време на продължителна стачка в Детройт (САЩ) са липсвали вестници и каквато и да е информация, което е създавало паника и е способствало за създаването на много негативни слухове. Например: сред населението от „бели“ са били разпространявани слухове, че чернокожите планират да взривят изходите на града, да избият децата, да разрушат обществени сгради, а в същото време сред чернокожите се чува, че има организирани „бели“ сред тях, които готвят тяхното унищожение. Явни са негативните последици от липса на достоверна информация и това е един аргумент за ценността на точната информацията и каква важна роля има тя за решаване на социални проблеми и изобщо в живота на хората.

Казват, че „умният човек е информираният човек“, т.е. човекът, който има достатъчно информация за околния свят, за всичко, което го заобикаля и което му помага да взема правилни решения (Цветков, 2017). За да бъде ценна една информация, тя трябва да бъде точна, навременна и фактологична. Ако тази информация бъде интерпретирана, бъде предадена с някаква интерпретация, винаги има известно деформиране на съобщенията и фактите. Тази деформация се нарича с различни термини, които са ни добре известни: псевдо-информация, дезинформация. Така изкривената информация води до заблуди, до подвеждане на хората, до подвеждане на партньора в комуникацията. Създава една ситуация на неопределеност, ситуация, в която човекът не може да се ориентира и да взема правилни решения. Понякога, всъщност, много често такава ситуация е нарочната цел на комуникацията и се нарича „манипулация“.

Каква е ролята на информацията за развитието на човека? Едно от основните измервания на всяка историческа епоха и всеки етап от общественото развитие, това е човекът, типът личност и тъй като личността е най-специфичният и уникален продукт на своето време, културата на XX и XXI век се е отразила и върху характеристиките на личността на това време. Тази култура, нашата култура се характеризира с бързи

социални промени. Те са обусловени от технологичното развитие и тези промени носят редица психологични обстоятелства, с които хората от XXI век трябва да се справят. Обстоятелствата рефлектират върху начина на живот на човек, върху отношението му към всекидневието и към другите. Новата информационна обстановка, която наричаме информационен бум на XX и XXI век, резултат от културното и технологичното развитие, става част от външния и вътрешния свят на личността. През тази голяма информационна вълна, в която е потопен съвременния човек започват да се пречупват неговите ценности, неговият стил на живот, неговата психична стабилност. Гледната точка за света, която е изградена у дома, сред приятели, на работното място, претърпява сега чувствителни сътресения, сътресенията на XX и XXI век, когато сега, седейки в същия този уютен дом, човекът чрез медиите се среща със стреса, с насилието, с престъпления, с порнография, с несправедливости, с война, с бруталност, с расизъм. Така че този външен свят, който е бил чужд за него, сега става и негов. Той влиза в неговия дом. Наистина този свят не е непосредствено свързан с човека, но той го обкръжава и въвежда ново съотношение между самия него, неговата сигурност и евентуалните опасности, които го застрашават. Представите за света се създават вече не от непосредствения житейски опит, а от интерпретираната реалност на медиите на всичко онова, което ни обкръжава като технологични средства за пренасяне на информация. Така че човекът се променя, променя се и неговата култура, тъй като външния свят е доведен до дома му. Този външен свят води разбира се и приятните, културни, усмихнати участници в културното информационно обкръжение. Човек вярва на всичко това, той става подвластен на информацията, която го обкръжава, но тя променя неговото отношение към реалния свят, тя променя дори и неговите представи за пространството и времето. (Попова, 2018)

Едва ли бихме си представили бита на днешния човек, т.е. нашето ежедневие без средствата за масова комуникация. От тях ние черпим голяма част от информацията, която ние изобищо получаваме. Същевременно на информационните средства все повече се гледа като на мощни оръдия за манипулиране на обществото. Ако оставим настрана пряката намеса на медиите в обществения живот, как тяхното присъствие в ежедневието променя света, в който живеем? С какво се намесиха медиите в

обществото. Ние съзнаваме, че обществото, човекът, личността на XX и XXI-ви век трябваше да се променя в много посоки в следствие на новите комуникативни технологии. Ние знаем, че масмедията трудно променят външния свят, но биха могли лесно да моделират вътрешно-личностния. Тъй като те обаче не са стихийно, самоуправляващо се явление, в днешния свят на културно развитие трябва да се зададе въпросът „могат ли действително да се използват медиите за промяна на света като го направят по-малко опасен и несигурен? Или обратното?“ Положителният отговор на този въпрос се включва в една от функциите на съвременните медии. За да се реализират тези функции, трябва да се владеят добре комуникативните техники, които да се опират на няколко важни неща. Това е познанието за структурата на личността и нейните ценности, познанието за това кои са начините медиите да имат лош ефект върху събитията и да се избягват тези начини и тези подходи. Тези комуникативни техники трябва да се опират и на познанието относно пътищата за постигане на един наистина позитивен ефект на медиите върху събитията, позитивен ефект върху хората, затова хората да бъдат добре информирани и да взимат сами своите решения, да имат тази свобода. Качеството на индивидуалното присъствие в ежедневната култура и интегрирането на човека във всекидневните преживявания, наистина зависят от равнището на общуване с другите. Но през XXI век особено зависят от медиите. В общуването се създава опита и се формулират моделите за възприемането и преживяването на околния свят. Пак в общуването се създават поведенческите норми и стандарти. Тук ролята на медиите е осъществена, още повече, че всекидневното съзнание се старее бързо да обясни и интерпретира всички бели полета възникнали в следствие на недостатъчния опит или индивидуални възможности. В тези случаи човек се опира на медиите, които за него имат твърде висок авторитет.

Информационната епоха. Влиянието на информационните системи върху човешко култура

Какво се влага в понятието „информационно епоха“?

Този термин често се използва в литературата. Той бележи един етап от развитието на човешката култура и цивилизация, за който казваме, че е настъпил периода на

„информационния бум”. „Информационното епоха” всъщност не е точен термин, защото информационния човек винаги е приемал, винаги е разменял информационни продукти, но откритието на нови технически средства, които пренасят информацията на далечни разстояния слагат началото на този период на информационното столетие, което според мен вече е в своето второ столетие. Струва ми се, че няма да сбъркам ако кажа, че началото на първото информационно столетие условно започва от откритието на Александър Бел, откритието на телефона, което било разглеждано като някакво постижение, представяно на Чикагското изложение. Било демонстрирано почти като играчка. Чуването на човешки говор на разстояние няколко десетки метра било нещо като чудо, забава и никой тогава не предполагал какви промени ще се внесат в живота на човека с развитието на телефонните мрежи, на телефонните системи. Никой не е предполагал какви социални проблеми ще възникнат, нито че удобството да имаш телефон ти създава известни социални проблеми. Никой не е предполагал, че едва преди няколко години се постави въпроса: „Новите комуникативни технологии – свобода или ограничение?”

Телефонът, който пренася реална човешка реч може да се счита за първата информационна революция.

Какви проблеми са настъпили в обществото с навлизането на тези нови информационни технологии и системи?

Особено значима е ролята на тези системи в осъществяването на комуникативните процеси, информационното осигуряване, а това означава - в културата на съвременния човек. Функционирането на системите в обществения икономически и политически живот коренно се промени. Непрекъснато се променят формите на общуване. Електронните и компютърните нововъдения в сферата на комуникациите довеждат дори до промени в начина на мислене (Еко, 1993). Водят до промени в процесите на взимане на решения, в представите за това доколко трябва да се спазват правилата на междуличностното общуване. Тези правила се променят в следствие на това, че се променят и начините на общуване. Тези комуникативни нови системи разширяват човешките възможности, създават и проблеми от типа на различна избирателност на

комуникативното партньорство. Човек може да увеличи зависимостта си от другите. Вярно е, че той може да избира вида на получаваната информация, но не може да ограничи ползването на новите технологични средства въобще. Той може да избере мястото на получаване на информацията, но не може да избере нейния характер. Така че проникването на новите комуникативни технологии в света на човека го променят. Чували сме, че хората се отчуждават един от друг. Всички знаем, също така, че начинът на общуване, когато се съберем с приятели на гости едва ли е същият какъвто е бил начинът на общуване преди да се появят тези средства, преди да се появи телевизията в дома. Говорното общуване малко-по-малко се измества с общуването посредством новите комуникативни системи на съвременната цивилизация.

Трудно бих могла да изброя всичко, което заслужава внимание, но всички знаем, че между телефона и мобилния телефон има твърде много разновидности на далекосъобщителните техники, както и между кинематографа и спътниковата телевизия. Всички тези нови комуникативни технологии, можем да обединим под едно понятие – телематика, всичко онова, което се отнася до средствата и услугите станали възможни от обединяването на информатиката и средствата за комуникация. Ще спомена някои начални технологични постижения, без да се спирам конкретно на фирмени заглавия. Например бих искала да кажа за видеографията, която е техника позволяваща визуализация върху домашния телевизор на графични и текстови информации, с различни разновидности. Не е ново постижението, което наричаме „теле-текст“, което представлява предаване на текстови данни. Това е изображение на страници от текст, което се предава на далечни разстояния. Не е чужд и термина „вюдейта“ (англ. *view data*), което значи една интерактивна система осигуряваща двупосочен обмен на видео-информация. Това интерактивно естество на системата означава, че тя дава възможност да се ползва много голям обем от видео-данни, а тези данни се предават чрез обществената телевизионна мрежа. Те се получават върху екрана на всеки телевизор, на всеки абонат. Предаването на съобщения изисква само няколко секунди време за информационен обмен, равняващ се на една страница текст. Тези постижения позволяват на човек, който си седи вкъщи да надникне в най-големите библиотеки, да може да ползва

текстове от страници на каталози, които се намират на хиляди километри от неговия дом. Чрез тези средства могат да се променят и формите на общувания. Не само в социума, но и в общуването с околната среда. Може да се провежда например конференция он лайн, дистанционно да се провеждат обучения, ежесекундно да се предлага информация за промените във метеорологичното време, на борсата, на живо да се гледат бойни действия и криминални събития

Телеконференцията е система, която позволява да се проведе среща между много хора, намиращи се на най-различни краища по света. Тази система позволява и размяна на теле-копие и на документация едновременно със събитието. Всичко това при поддържане на непрекъсната визуална връзка между участниците и комуникация с писмени документи. Би могло много да се говори за постиженията на новите телематични услуги, но аз бих искала да обърна внимание на това, че телематиката, която прави достъпни за всички, изключителни средства за комуникация, заедно с това създава доста сътресения и проблеми в икономическите, социалните и културните процеси. Те трябва непрекъснато да се адаптират към новите открития и новите постижения. Всяко изоставане с няколко години, води до изоставане в икономиката и в социалния живот.

Как започва това бурно развитие на комуникативните екосистеми?

През 60^{те} години е създадена първата концепция в английската пощенска администрация за системите за пренасяне на видео-данни. През 70^{те} години също в конструктивния отдел на БиБиСи било изпробвано за първи път предаването на текстови данни, чрез видео на далечни разстояния. 1972 година БиБиСи заявява патент за текстовото предаване на данни по телевизията, а 1974 г. пак същата компания определя стандарт за системата теле-текст. През 1976 г. с решение на английското правителство се създава система за информационно обществено осигуряване чрез тази система. Пощенската администрация на Германия, Западна Германия тогава, през 1979 г. закупува лиценз за предаване на информация от британската администрация. През 1978 г. е публикуван доклад във Франция, който става основа на националния план на страната относно системата за предаване на информация чрез видео-данни. Съществува един много важен международен комитет по телефония и телеграфия, който през 1979 г.

приема английската система и френската система като международни стандарти за предаване на видео-данни на далечни разстояния. През 1980 г. с решение на правителството в Канада, започва функциониране на системата за информация по този начин. Същата година със закон гласуван от Конгреса, започва функционирането на новата информационна система и в САЩ за обществено обслужване. От там нататък нещата се развиват твърде бурно. Всичко става чрез въвличането на много фирми, на много държавни и частни фирми, които работят не само за разпространяването и търговията на новите комуникативни системи, но работят много и за тяхното развитие.

Култура и комуникации

Всички съвременни определения за комуникацията са считани за сложна функция от много променливи величини и само една от тях е информационното съдържание. Комуникацията е социално взаимодействие в една специфична за дадена ситуация система. Това взаимодействие е динамичен процес, който няма ясно дефинирани граници между различните влияния нито ясно дефинирани психологични граници между партньорите, които участват в комуникацията. В този смисъл комуникацията е често непредсказуема по отношение на нейното въздействие или на нейната ефективност. Това е поради невъзможността да се предвиди кои от прекомуникативните, т.е. фоновите обстоятелства на комуникацията и ситуативните обстоятелства ще имат преимущество в даден момент. Комуникативният опит винаги се определя от редица предварителни фонове условия, в които се е изградил този комуникативен акт. Това са конкретните социални условия, конкретното историческо време, конкретното място. Заедно с това на комуникацията влияят и обстоятелства, които нямат никакво отношение към съдържанието на предаваната информация. Например едно от тях е оценката на комуникиращите или на единия от тях за социалния ранг на неговия партньор, съотнесена към самооценката за собствения ранг. Това определя неговото комуникативно поведение като равноправно, респектирано или снизходително. Друг вид прекомуникативна или фово-комуникативна предпоставеност, която определя ефективността на комуникативния акт е предубеждението към партньора, това е дали има доверие, недоверие, дали изразява съмнение към този с когото комуникира. Анализът на

проблемите на общуването в плана на ефективността на комуникативния акт, може да обхваща две основни насоки. Първата от тях е: как социалните фактори влияят на особеностите на всекидневната култура, в това число и на всекидневните комуникации и второ как социалните фактори влияят на езиковите средства, на езиковата система на комуникативния акт. Характерът на отношенията между структурата на обществото и социалните езикови структури е много сложен. Разглеждането на социалната определеност на езика акцентира на комуникативните форми, чието съществуване се обуславя от различието в социалните, професионалните, културните, образователните и някои други придобити характеристики на комуникиращите. Всички те заедно, интегрално определят ефективността на комуникативния акт. Човек ако ги владее, ще може да управлява и акта. (Цветков А. 2015)

Има области и дейности, които са много пряко и силно обвързани с комуникациите. Една от тях безспорно е журналистиката.

Разбира се журналистиката е тясно свързана с темата комуникации. Журналистът е човек, който работи с екосистемата на комуникациите. Той непрекъснато общува с една голяма аудитория и неговата работа се вижда и оценява от всички, а поради тази причина всички смятат, че разбират от журналистика. Искам да подчертая, че в термините на всекидневната речева, културна практика и особено в журналистиката се използва едно просто понятие: владееене на езика. Смисълът на това понятие често се интерпретира интуитивно, но най-общо то означава лични езикови умения. Владееенето на езика в комуникациите предполага, особено за журналиста, не само владееене на граматика и лексика, но и притежаването на ясна представа за това в какви комуникативни условия могат и трябва да се употребят едни или други думи и езикови форми. Това владееене на езика се определя като комуникативна компетентност и именно с това понятие трябва да се оценява журналистическата практика като компонент на всекидневните комуникативни събития, които ни заобикалят. Комуникативната компетентност позволява на журналиста да бъде не просто говорещ, а член на социално-обусловената система на общуване на дадено място и дадено културно време. Често пъти се прави анализ на комуникативната компетентност на журналиста и този анализ се прави по

няколко общоприети показателя въпреки, че никога не може да се постигне консенсус за това кои точно показатели трябва да определят ефективността на работата му. Тук бих искала да изредя няколко компоненти, които са основата на оценките. Това са: словесен репертоар, умения за перифразиране, използване на синоними, словна селективност на понятията, владееене на националната специфика за използване на езика, познаване на словните стандарти в определено дадено общество, езиковите асоциации, енциклопедично познаване на терминологичната съдържателност на думите, умения да се използват езиковите способности съобразно ситуацията, защото езиковите средства трябва да варират, те не са еднакви и добрият журналист винаги умее да подбира тези средства съобразно условията, а заедно с тях и своето цялостно комуникативно поведение. Бих искала още да кажа, че общуването е много сложна реакция, резултат от взаимодействието на реалната информационна среда и комуникативния опит на човека. Затова създаването или генерирането, пренасянето и възприемането на информацията е винаги специфично и уникално. Това утвърждава креативността, творческия елемент при генерирането на информация, а също и при възприемането и. Информационната интерпретация като селекция на изразните средства от страна на журналиста е действително творческа дейност. Това е творчески акт, който създава и предпоставя процеса на възприемане и осмисляне на информацията. Разбира се медиатор в този процес е речта, чрез която информацията достига до психиката на човека. Информационната специфика е тази, която позволява на журналиста да осъществява повече или по-малко адекватен модел на външната среда и да извърши подбор на оптималния и най-приемливия за дадена ситуация комуникативен стратегически подход.

Работата на журналиста е предмет на един засилен интерес от страна на обществото. Хората харесват едни и не харесват други журналисти. Предпочитат един вестник или радиостанция пред друга и това е тяхно право. Доколко е меродавно мнението на широката публика за оценяването на журналистическия труд и същевременно има ли утвърдени критерии за оценка, които да служат на професионалистите?

Професионалистите винаги си служат с критерии зададени от тях самите. Това е

тяхна работа. Те трябва да стъпят на нещо и създава критерии съобразно тяхното виждане за ефективността на работата на журналиста или за каквато и да е друга дейност. Тези критерии са плаващи. Имат вариации в известни граници, но аз бих могла да изредя някои от основите, на които стъпва оценката на критиците за работата на журналиста. Ще ги изредя без да ги препоръчвам като рецепти, защото такива просто няма. Обикновено, когато се говори за умението на журналиста да си служи с речта или да въздейства на хората чрез речевата комуникация, става дума за някои критерии за оценка едни, от които са езиковите параметри на личностното присъствие на журналиста, т.е. степен на индивидуалност в използването на речевите средства. Друг критерий е степен на емоционална ангажираност към темата, степен на асоциативност в речевата реализация, степен на семантична наситеност, на съгъстеност на изразите, степен на изразна адекватност към темата, степен на речево внушение, степен на ефективна комуникабилност и разбираемост, това дали се появяват признаци на неразбираема реч, друг критерий е спазване принципите на вежливост, степен на активно отношение към темата, степен на съдържателност на текста, степен на съответствие между замисъла и реализацията на темата. Мога да продължа още много за тези критерии, които са нужни на професионалистите да имат някаква обща основа за оценка на работата на журналиста. Това, което искам още да добавя е, че взаимоотношението между предаващия информацията (журналиста) и приемащия (голямата аудитория) е много сложен процес, който протича на различни равнища на човешката психика. Информацията, която се получава се приема и преработва в съответствие с личностната и социалната структура на възприемащите. Функциите на информационния процес във всекидневната култура на хората се реализират на фона на комплекс от осъзнати и неосъзнати интереси, потребности, ценности на отделния човек, който участва в комуникациите, затова едно и също съобщение, поднесено по един и същи начин дори, както това става, може да изпълни различни функции и да предизвика множество несъвпадащи мнения и оценки. На лице е една индивидуализация при информационното въздействие. Различните форми на възприятие и осмисляне на съдържанието са причина за големите трудности, които стоят пред журналиста, когато той се стреми към еднозначен ефект върху своята

аудитория. Неговата роля на създател и модулатор на информационни продукти се изпълнява в различна степен успешно в зависимост от уменията и културата на комуникативното му поведение. Психологически факт е обаче, че журналистът е личност, която се ползва от насоченото внимание на обществеността, чиито разнообразни критерии, за разлика от професионалните го оценяват, наблюдават, приемат, адмирират или отричат. Това е, защото поднесеният факт, съобщение или коментар претърпява процес на психологична обработка от аудиторията, която обработка включва констатация на поднесената реалност, от гледна точка на личния социален опит, осмисляне на тази реалност и накрая интелектуална интерпретация. Тази интерпретация, развиваща се на различен емоционален, индивидуален фон обуславя всъщност разликите в оценките на журналистическата работа. Това е съвсем нормално и аз мисля, че журналистът, който е компетентен в своята сфера, не трябва да се смущава и да се стреми към еднаква оценка от своята аудитория. Нормално е да има различна оценка.

В крайна сметка като резултат, има ли разминаване между оценката на широката публика и оценката на професионалистите? На този въпрос могат да отговорят само статистически данни от съответни социологически проучвания, каквито се правят непрекъснато и амбициозно. Във всички случаи разминаванията в оценките са нещо нормално, тъй като критериите на хората и на професионалистите са различни.

3. ПЕРСПЕКТИВИТЕ

Перспективите за развитието и приложението на семиотиката се определят от текущите процеси на промени и на бързо сменящите се обстоятелства на работа и живеене в съвременния свят. Изкуственият интелект и технологичните заместители на човешкото поведение безпокоят научните среди относно бъдещето на традиционните цивилизации. Ежегодните конферентни форуми SEMIOFEST започват да употребяват термин "Metanoia"¹, което означава адаптивна еволюция в обучението и практиката, която води до по-смислен подход към справянето с променящите се ситуации, отколкото

¹ Гръцкият термин за покаяние, *метаноя*, означава промяна на ума, преориентация, фундаментална трансформация на възгледите, човешкото виждане за света и себе си и нов начин за обич към другите и Бог

с поддържането на утвърдени начини, станали остарели. (Сибиък, 1997)

Живеем днес в хаотичен и променящ формата си свят. Изкуственият интелект и общуването, многополюсният свят и издигането на авторитарни лидери са някои от силите, които променят обществата по непредсказуеми начини. В бизнеса разграждащите се бизнес модели се променят с бързи темпове. Цифровите технологии и медийните платформи позволяват мигновено да циркулира информацията. Фалшивите факти, остарялата истина, бомбардирането със съобщенията чрез многобройни цифрови платформи, доведоха до предаване на по-голямо съдържание, но на по-малко значение.

Въпросът е как семиотиката и свързаните с нея методологии могат да помогнат да се ориентираме към духа на ускоряване на промяната на работните условия, на живеенето и във възприемането на света.

Всъщност, семиотиката като дисциплина е уникално позиционирана, за да осигури перспектива и по-задълбочено вникване в работата на силите, които променят значенията.

БЛАГОДАРНОСТИ

Авторът на статията е поканен за участие в този тематичен брой на списание “Проблеми на постмодерността” в рамките на научно-изследователски проект ДН 05-11 от 14.12.2016 към ФНИ.

КОНФЛИКТ НА ИНТЕРЕСИ

Нямам конфликт на интереси.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Еко У. (1993). Трактат по обща семиотика, София, Наука и изкуство.
- Сибиък, Т. (1997). Семиотиката в Съединените Щати, Наука и изкуство ,
- Маклуън М. (2011). Аз не винаги съм съгласен с това, което казвам, в. Култура, бр.24, 2011.
- Leverette, M. (2003). Towards an Ecology of Understanding: Semiotics, Medium Theory, and the Uses of Meaning, Medium Theory, On line Magazine, 2003.
- Попова, М. (2018). За семиотиката, Нов български университет, 2018.

Цветков, А. (2017). *Социология на знанието*, Благоевград: Университетско издателство „Неофит Рилски“, ISBN 978-954-00-0144-9

Цветков, А. (2015). *Протосоциология*. Благоевград, Университетско издателство „Неофит Рилски“ ISBN 978-954-00-0017-6

SEMIOTIC ASPECTS OF MEDIA AND INFORMATION IN THE EVOLVING DIGITAL COMMUNICATIVE ECOSYSTEM

Maria Popova

New Bulgarian University, email: mpopova@nbu.bg

ABSTRACT

We live today in a chaotic and changing world. Artificial intelligence and communication, the multipolar world and the rise of authoritarian leaders are some of the forces that change societies in unpredictable ways. In business, degenerating business models are changing at a rapid pace. Digital technologies and media platforms make it possible to instantly circulate information. False facts, obsolete truth, bombardment of messages through numerous digital platforms have resulted in more content, but less important. The question is how semiotics and related methodologies can help to orient ourselves to the spirit of accelerating the change of working conditions, living and embracing the world. In fact, semiotics as a discipline is uniquely positioned to provide perspective and insight into the work of forces that change meanings. Media theory and communication theory are in no way overlapping. The first emphasize the meanings, and the second of the messages. Joining theory of both areas is semiotics, for whose application there are arguments from a number of researchers of media theory. One of the most important tasks of the semiotics is to explain how the understanding is accomplished. It shows the Otnositelnosga of information value for understanding. This relativity and the role of the semiotics in relation to the effectiveness of the media channels in the presentation of the information is the subject of the submitted text.

Keywords: media semiotics, media ecology, media ecosystem

ARTICLE INFO:

Original Article

Received: 04, 04.2019

Revised: 17, 04.2019

Accepted: 24, 04.2019