

СИМЕОН ВАСИЛЕВ*

МЕДИИТЕ: МЕЖДУ СВОБОДАТА И ТЕХНОЛОГИИТЕ

Abstract: The Internet and social networks have become a shelter for the media, as paper once was for books and newspapers; today, satellites provide radio and television with endless possibilities for distribution. Digitalization is the new means of information and, perhaps, though we have not yet understood this, the modern instrument of knowledge and culture. The new space-time continuum of the media could not exist without values such as freedom of speech and human rights. Human experience of the media – ranging from the Gutenberg galaxy to the universe of the Internet – teaches us that these values are not given once and for all, even though everything has become digital and multimediatric.

Keywords: media; digitalization; communication; value; culture.

Всичко е дигитално, всичко е мултимедийно! Това е новата мантра¹ на медийната система. Интернет и социалните мрежи приютиха медиите, както някога хартията подслони книгата и вестника, а сателитът даде на радиото и телевизията безкрайни възможности за разпространение. Тиражът се измерва с кликания, а телевизионните квоти – с броя на гледанията във видео платформите. Дигитализацията е новият инструмент на информацията и може би новото средство на познанието и културата. Тя промени и променя ежедневно масмедиите и професионалните роли в тях – от журналистиката през връзките с обществеността до комуникационния мениджмънт. Тя преобразява и научните подходи в пъстрия интердисциплинарен свят на медиите и науката за тях.

Изследователите все по-често търсят отговора на въпроса за ресурса на медиите, журналистката и техните възможности в съвременieto, особено за функционирането на демокрацията и приноса им за стабилността и промяната в обществото. Още социологът Никлас Луман, „царят на теорията“, определя медиите като „прозорец към света“, който изпълнява

три основни задачи: медиите избират и осигуряват подходящи теми за обществеността, дават аргументи за и против по спорни въпроси, изследват и подготвят по разбираем начин основните познания, необходими за вземане на решения, и ги правят широкодостъпни (Luhmann 1996). Едва ли Луман е можел да си представи как и колко бързо технологиите преобразиха медиите, а те от своя страна промениха обществото и неговата култура. Но Луман все пак се е застраховал: „Единственото, което знаем за бъдещето, е, че ще бъде различно от миналото“ (Кинг, Торнхил, Луман 2008: 252).

Разликите между минало и настояще са видими и настоятелно задават въпросите дали основното предназначение на медиите не се е променило и какви са метаморфозите, които те предизвикват в дневния ред на обществото. Максвел МакКомз и Доналд Шоу издигат още през 1972 г. теорията за публичния дневен ред, според която медиите определят най-важните въпроси на деня в общественото съзнание (Maxwell, McCombs, Donald, Shaw 1972). Според тази теория лидерите насочват публиката, ръководят промените, а масмедиите ги потвърждават. Освен това медиите влияят върху това как аудиторията възприема важните въпроси на деня. Те допускат, че съществува причинна връзка между действието на масмедиите и поведението на различните публики (Петев 2004). Да не говорим за социалните измерения на медиите и на комуникацията въобще.

В момента две централни теми са във фокуса на дискусиите за бъдещето. От една страна, са възможностите и рисковете, които произтичат от новите технологии, по-специално социалните и културните последици от тях. От друга страна, това е екологичната криза и пътищата за трансформация към устойчиво общество. Колко сериозна е тази криза е видно от безпрецедентния апел на Генералния секретар на ООН Антониу Гутериш, който поиска правителствата да обявят „извънредно положение за климата“². Промените в техническата система, естествено, имат последици освен за климата, но и за културата, и водят до промени и в медийната система. Това винаги е било така. Изкуството например може да бъде насърчено и да получи нов стимул от техническите изобретения. В своята студия, наречена „Стил и изразни средства в киното“, Ервин

Панофски³ пише следното: „Откриването и постепенното усъвършенстване на новата техника не бяха резултат от някакъв художественотворчески подтик, новото изкуство бе открито и постепенно усъвършенствано благодарение на едно техническо изобретение“. Според Владимир Игнатовски „големите събития в културната история нерядко идват на бял свят под формата на конкретно изобретение, което след време добива значими размери и разширява периметъра на своето присъствие, но обстоятелствата около раждането на идеята за неговото осъществяване, перипетиите, които обикновено съпътстват „публикуването“ и възприемането му в обществения живот, доказват съществуването на множество, повече или по-малко, обективни причини, свързани с реални потребности, изискващи своето задоволяване“ (Игнатовски 2008: 41).

От гледна точка на бъдещето, а не на миналото и настоящето, е интересна концепцията за „социотехническото въображаемо“ на Шийла Джасановф и Сан-Юн Ким (Jasanoff 2015). Това социотехническо въображаемо поражда очаквания относно възможното бъдеще на съвременното технологично общество, пряко обусловено от развитието на новите технологии. В тази връзка би следвало синтезът на политически, технологични и медийни концепции да представлява значителен интерес, да се използва за изследване на значението на технологията за иновационните процеси и в крайна сметка да поддържат легитимността на всяка една от тези системи. Концепцията за социо-техническото въображаемо приема, че се формира визия за възможно технологично бъдеще, което съвременното общество приема или отхвърля. В това бъдеще, естествено, са и медиите като един от основните посредници на информация между държавата, нейните институции и обществото. „Използването на социотехническото въображение може да комбинира огромен брой „полета“ в научните и технологичните изследвания, например с такива като лабораторни изследвания, изследвания за нови медии и интернет, за одиторски изследвания и изчисления, за проучване на инфраструктурата. Във всички определени области рано или късно се повдига въпросът за управлението и регулирането“ (Кейдия 2020: 206–212).

Метамедията интернет направи медиите още подостъпни, темите и подбора им още по-дискуссионни. Метамедията⁴ сякаш създаде метааудитория, която става трудно различима въпреки спецификата на география, история, култура и социално развитие. Следователно без да игнорираме теорията на Максвел МакКомз и Доналд Шоу, би следвало да не пренебрегваме възможността самата аудитория от пасивен да се е превърнала в активен субект, да споделя и налага собствени виждания за дневния ред на обществото, да предопределя поведението на масмедията и да дава посоката при вземането на лидерските решения. В този смисъл проблемите на медиатизацията несъмнено ще станат още по-дискуссионни с появата на новия герой – хомо дигиталис, с неговата дигитална култура, дигитална икономика, дигитална политика, дигитална демокрация и дигитални медии.

Реалността е мултимедийна, пространството е глобалната мрежа, а времето? Античните философи наивно са вярвали, че времето е част от структурата на вселената. Така, както всяка епоха интерпретира по свой начин характеристиките на времето и пространството, по този начин наивно и ние може да повярваме, че времето е част от новата дигитална вселена – мрежата. Причината е, че пространствено-времевият континуум на медиите се определя все повече от комбинацията на дигитализация и социални мрежи, а тя все още крие своите тайни, тормози възможностите за обяснение и осмисляне. Дигитализацията, социалните мрежи и технологичният фактор съкратиха времето и пространството на медиите. В този смисъл и време-пространственият континуум на физика на XX век Алберт Айнщайн може да подпомогне „медийното“ ни мислене. В подкрепа идва и абстракцията на изкуството, което слива „реалното“ и художественото време. „Пространството, и времето, създадени по волята и от фантазията на твореца, също така не съвпадат с координатите на природните, обективно съществуващи пространство и време, или както пише Башалар: „пространството, което улавяме с въображението си, не е безразличното пространство, с което се разпореждат мерките и разсъдъкът на геодезистът“ (Игнатовски 2008а: 15)

Като всяка друга система, и медийната система е множество от обекти и

връзките между тях, възниква и се определя от дадена среда.

Радикалната промяна на медийната среда определя съвременните медии, създава новите им характеристики, налага ново медийно съдържание.

Променя се и ролята на медията като посредник, защото нейното място е погълнато от метамедията интернет, която рационализира създаването и разпространението на информацията. Традиционните медии като печат, радио и телевизия не само отстъпват на социалните мрежи огромна територия от медийната среда, но и съществуват чрез и във тях.

Социалните мрежи станаха част от структурата и средата на медийната система. Те са част и от системността, която конкретизира вътрешната определеност на медийната система. Системността е присъща и най-важна черта на системата в нейното взаимодействие със средата и величина, която фиксира взаимоотношенията „система-среда“ в неговата двупосочност (Кючуков 1990: 102). Традиционните и новите медии са обвързани все още с аналогови и дигитални елементи в структурата на съвременната медийна система.

За Съвета на ЕС от първостепенно значение за обществото са устойчивостта, плурализмът и надеждността на медиите като три стълба на европейската медийна система⁵. Изводът от документа на Съвета на ЕС, приет през ноември 2020 г., е, че „масата“ на политиката продължава да е гравитационната сила за медиите, от която зависят на първо място плурализмът и свободата на словото – висши ценности в условията на демокрация. Наред, разбира се, с другите ценности от фундамента – свободата на изразяване, която е особена отговорност на медиите, правото на проверена и достоверна информация, както и спазването на човешките права. Според Европейския съюз за радиоразпръскване (EBU), световен алианс на обществени медии, основните ценности на обществените медии са: универсалност, независимост, професионални стандарти (достойнство), многообразие, социална отговорност, иновация

6

.

Медиите като посредник в едно общество и между обществата са най-добрият пример за това, че свободата може да се постига само във и

чрез общността с другите. Индивидуалната, а и обществената свобода добиха нови измерения, защото намериха израз освен в традиционните медии и в социалните мрежи. И това е факт, който може да се впише в положителните страни на мрежовото общество и неговата култура. Но докато медиите все пак имат съгласуван набор от етични ценности, вписан в медийни и журналистически кодекси, социалните мрежи въпреки опитите на държавите да налагат правила, все още нямат своята „Хипократова клетва“. Това е обяснимо с факта, че основното предназначение на социалната мрежа е да имаш възможност да споделяш идеи и да коментираш информация. Но „правото да кажеш нещо не означава че това, което казваш, е правилно“, констатира британският историк и политолог Тимъти Гартън Аш и това е съществена забележка. Той нарича новия свят на мрежовото общество „космополис“, в който има повече смартфони, отколкото хора. Аш апелира да се научим да живеем в този „космополис“ и да боравим със социалните мрежи, като в това начинание да участват и правителствата, и частните суперсили като Фейсбук. Британският професор по Европейски науки в Оксфорд се опита да формулира и десетте принципа на свързания свят (Ash 2016), сред които слага свободата на словото на първо и най-важно място. Така, както е от времето на Декларацията за правата на човека и гражданина“ (*Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789*) – най-важният документ на Френската революция от 1789 г. Въпросът в тези опити да се формулират принципите на свързания свят е дали устоите на миналото ще бъдат достатъчно здрави за дигиталното настояще и бъдеще.

От гледна точка на комуникационната наука е важно винаги да се подчертава възможността, която медиите дават за социална и културна ориентация, макар и като опосредстван процес. Това е една от най-важните функции на медиите наред с функцията им да информират и създават нагласи. В своя фундаментален труд „Наука за комуникацията“ Роланд Буркарт дефинира понятието „комуникация“ като социално поведение; социално действие; социална интеракция; символно предавана интеракция и обратна връзка за постигнатия от комуникативното действие резултат (Буркарт 2000: 16–17). Струва си към формулираните от Буркарт най-важни функции да добавим и етичното поведение в комуникацията. Особено след като дигитализацията стана мотор на медийната еволюция заедно с техническите иновации и социалните процеси. Това е и основната

причина философи и социолози да насочат вниманието си към ново осмисляне на публичната сфера изобщо, която е част от пространствено-времевия континуум на медиите. Н. Михайлов пише: „осмислянето на промените в публичната сфера, предизвикани от появата на новите комуникационни технологии, свързани с интернет, е една от задачите, които стоят пред социологията, философията на комуникацията, информационното знание, етиката и т.н.“ (Михайлов 2019: 42). В тезата на автора прави впечатление, че осмислянето все още не е факт, то не се е случило, то е въпрос на бъдещето, то е процес. Със сигурност основните ценности не могат да бъдат реалност без новите медии и най-вече без ново осмисляне и предефиниране на понятието „медия“.

Новият пространствено-времеви континуум на медиите е невъзможен без свобода на словото и права на човека. И ако човекът има някакъв опит с медиите – от „галактиката Гутенберг“ до „вселената Интернет“ – той учи, че тези ценности не са даденост веднъж и завинаги, независимо че всичко е дигитално и мултимедийно.

* Доц. д-р в СУ „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация (ФЖМК). Email: simeonvassilev@gmail.com

¹ мантра е санскритска дума, състояща се от корена man – „manas – съзнание“ и наставката – tra, означаваща „инструмент, средство“. Ето защо буквално „мантра“ означава „инструмент на съзнанието“.

² <https://www.un.org/sg/en/content/sg/statement/2020-12-02/secretary-generals-address-columbia-university-the-state-of-the-planet-scroll-down-for-language-versions>

³ Ервин Панофски е германски и американски историк и изкуствовед.

⁴ Представката μετά (метá) идва от старогръцки език и означава „след/отвъд“.

⁵ <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-13260-2020-INIT/en/pdf>

⁶ European Broadcasting Union (EBU), „Empowering Society a Declaration on the Core Values of Public Service Media“. EBU, 2012; Достъпен на: <https://www.ebu.ch/publications/position-paper/open/guide/empowering-society>.

ЛИТЕРАТУРА

Буркарт, Р. 2000. Наука за комуникацията. Велико Търново: ПИК.

Игнатовски, Вл. 2008. Картини от светлина. София: Издателство Валентин Траянов.

Игнатовски, Вл. 2008а. Времерпространство или хронотропът в ранната филмова индустрия. Велико Търново: Фабер.

Кейдия, Ал. 2020. Вся власт (социотехническому) воображению. // Социология науки и технологий, 11, № 3, 206–212.

Кинг, М., Торнхил, К., Луман, Н. 2008. За правото и политиката. София: УИ „Св. Кл. Охридски“.

Кючуков, Л. 1990. Системните проблеми: история и съвременност. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

Михайлов, Н. 2019. Дигиталните медии и промяната в публичната сфера. // Философски алтернативи, бр. 4, 37–44.

Петев, Т. 2004. Теории за масовата комуникация. София: Факултет по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“.

Ash, T. G. 2016. Free Speech: Ten Principles for a Connected World. New Haven & London: Yale University Press.

Jasanoff, S., Kim, S.-H. 2015. Dreamscapes of modernity: sociotechnical imaginaries and the fabrication of power. Chicago: The University of Chicago Press.

Luhmann, N. 1996. Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Maxwell, E., McCombs, Donald, L. S. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. // Public Opinion Quarterly (Oxford University Press), 176– 187.

ТРАНСЛИТЕРИРАНА ЛИТЕРАТУРА

Burkart, R. 2000. Nauka za komunikatsiyata. Veliko Tarnovo: PIK. Ignatovski, VI. 2008. Kartini ot svetlina. Sofia: Izdatelstvo Valentin Trayanov. Ignatovski, VI. 2008a. Vremeprostranstvo ili hronotropat v rannata filmova industria. Veliko Tarnovo: Faber.

Keydia, AI. 2020. Vsya vlasty (sotsiotehnicheskomu) voobrazheniyu. // Sotsiologia nauki i tehnologiy, 11, № 3, 206–212.

King, M., Tornhil, K., Luman, N. 2008. Za pravoto i politikata. Sofia: UI „Sv. Kl. Ohridski“.

Kuchukov, L. 1990. Sistemnite problemi: istoria i savremennost. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“.

Mihaylov, N. 2019. Digitalnite medii i promyanata v publichnata sfera. // Filosofski alternativni, br. 4, 37–44.

Petev, T. 2004. Teorii za masovata komunikatsia. Sofia: Fakultet po zhurnalistika i masova komunikatsia na SU „Sv. Kliment Ohridski“.