

Книга „Медиазираната реалност”- Добринка Пейчева
Университетско издателство „Неофит Рилски” 2011 г.420 стр.

Рецензия от доц.д-р Владимир Дулов

Трудовете на Добринка Пейчева винаги са били събитие в средите на изследователите на масовите комуникации, но тази книга заема особено място и има особено значение. Нейният патос се определя от тезата, че „обществото днес стана много повече *медиазирано* отколкото може би *индустриализирано*. Оригиналната авторска концепция на Добринка Пейчева за медиазацията на реалността тук получава цялостна разработка и интегрален смисъл като обвързва в една широкообхватна комплексна концепция теоретични конструкции и емпирична информация.

Книгата „Медиазираната реалност” дава отговор на въпроса, който все по-често се задава от социалните учени и особено от изследователите на масовите комуникации: не трябва ли да говорим за **нов стадий в развитието на обществото**, който се обуславя от съвременните процеси на развитие на масмедията? За да отговори на този въпрос авторката се обръща към фундаменталните определения за масовите комуникации и анализира възможностите на понятийния апарат в теорията за комуникациите да създаде концептуална рамка за интерпретация на промените, които новите информационни технологии предизвикват в глобален мащаб.

Добринка Пейчева интерпретира по нов начин, в различен контекст, продиктуван от съвременността, възгледите на Рудолф Стюбер, Дж., Х. Мийд, М. Маклуън, У. Интуистъл като използва техните концептуални схеми като инструменти за анализ на трансформацията и ролята на медиите. Тя прави извода, че съвременните медии, обвързани с Интернет функционират в принципно нов тип времеви и пространствени измерения като се отличават с мигновено близкодействие, интерактивност и комплексност. Тези нови по характер медии, които представляват микс от писмени, аудио-визуални и

виртуални продукти, функциониращи като единно цяло предизвикват революционни промени в системата на културата. Именно това преобръща основите на масмедийната теория и теорията за междуличностната комуникация. Именно благодарение на тези нови и обновени средства за комуникация общуването чрез медиите се трансформира в разновидност на междуличностната и групова комуникация.

Критичният анализ на концепциите за масовата комуникация, според авторката, показва зависимостта на представите за ролята на медиите и масовите комуникации от полипарадигмалния характер на социалните теории. Основната линия в това отношение представлява разкриването на връзката между генезиса на масовите комуникации и възникването на модерното „масово” общество като универсализация на механизмите за разгръщане на комуникационните процеси. Като в продължение на тази линия на развитие се появява паралелната тенденция към „демасовизация на масовите средства за комуникация, персонализация на медийните играчи и конструкти, трансформация на възприемането, придобиващо все повече и повече както потребителски, така и креативен характер, по подобие на останалите процеси на съвременното общество.”

Много важен елемент в този анализ представлява концепцията на Д. Пейчева за метамедийния характер на средствата за комуникация – възможността за синтез на почти всички съществуващи средства за комуникация.

Във втора глава на книгата са разгледани в конкретен план процесите на медиализация и техните последици. Особено внимание в това отношение е отделено на мобилните телефони, които могат да претендират за по-висока степен на универсализация дори от Интернет. На основата на богат емпиричен материал авторката анализира процесите на медиализация на обществото и свързаните с тях културно-поведенчески образци. В този контекст е отделено детайлно внимание на промените, които настъпват в начина на живот, реструктурирането на комуникациите и метаморфозите на писмената култура.

Специално и детайлно внимание е отделено на социалните мрежи. Анализирани са специфичните черти на социалната мрежа: перманентната

мобилност на участниците, наднационалната специфика, предпоставената активност, самопредставянето и самореализацията. Специфична характерна черта на социалните мрежи представлява също така аджендасетинговият характер на комуникацията, който може да бъде коректив на официалния медиен дневен ред или на дневния ред на политическата и икономическа класа.

Изключително ценен за социологическата интерпретация на културата в информационното общество е анализът на културните трансформации, породени от разгръщането на медиализацията и реструктурирането на публичното културно пространство. Авторката посочва превъплъщението на индивидите в медии като категорично доказателство за реструктурирането на културното и публично пространство. В този контекст е изследван феноменът „самоопубликуване“ като форма на отъждествяване на комуникативното и социалното действие. Анализирани са и фен-фикшън културата като ново и качествено различно явление в културно-комуникационния процес.

В книгата намираме интерпретация на проявите на медиализация в глобализационните процеси. Авторката разглежда тази тематика в контекста на диалектичното единство между глобализационните и глокализационни процеси. Тя заключава, че „медиализацията е не само съпътстващ глобализацията процес, не само ингредиентен конструкт, не само конститутивен ресурс, не само аргументационен концепт, но и неин идентификатор, презентатор и контролер.“

Изключително аргументирано Добринка Пейчева обосновава необходимостта от „преоценка на парадигмата за социалното действие и нови концептуализации по посока на комуникационните детерминации.“

Книгата „Медиализираната реалност“ представлява произведение със значителен принос в научните изследвания на съвременните комуникации и информационното общество, но в същото време притежава несъмнена образователна стойност и непосредствено усъвършенства учебния процес в областта на социологията на комуникациите.

Доц. д-р Владимир Дулов