

## АКАДЕМИЧНОТО МЕДИЙНО ПРОСТРАНСТВО - ИЗМЕРЕНИЯ И ПРОЕКТИ

Доц. д-р Любен Краев  
Стопанска академия “Димитър А. Ценов” - Свищов

*“Има само една истинска ценност -  
това е връзката на човека с човек.”*

А. Сент-Екзюпери

### 1. Кратко въведение

Висшето образование на Р България има определени завоевания и постигнати резултати. Българските университети и академии, опирайки се на своя опит и традиции, се отварят и интегрират към европейското образователно и изследователско пространство, както и към световната мрежа на висшите училища.

България, като европейска страна, с богата история и древна култура, въпреки трудностите, които я съпътстват в края на 20-ти и в началото на 21-ви век, възприе стратегията на Лисабонския процес от 2000 г. за превръщане на икономиката в конкурентноспособна и динамично развиваща се, базирана на информацията и знанието, както и създаването на информационното общество.

Стопанска академия “Димитър А. Ценов” – Свищов в своята почти 70-годишна история, по волята на своя дарител и патрон, както и от мисията ѝ на висше училище, винаги е проявявала стремеж да поддържа висок образователен и изследователски дух, който да се съизмерва с най-добрите български и европейски академични и университетски програми и практики. Целите на Академията винаги са били насочени към оптималното съчетаване на традициите, опита и високия професионализъм в процеса на обучението и научното изследване, с достигането на висока култура, информираност, академична етика и морал, както и верен поглед към икономическите, социалните и политическите ценности и идеали на обществото.

Всичко това изисква не само добре изградено и организирано академично образователно и изследователско пространство, но и надграждането на това пространство в информационно-медийен аспект.

Академичното медийно пространство има основна мисия да информира академичния състав, да създава среда за пълноценно и рационално образователно и професионално израстване чрез съчетаване на научно-учебни и изследователски програми с предавания и издания насочени към спортно-развлекателния жанр и такива облагородяващи културните и естетичните възгледи на потенциалните зрители, слушатели и читатели, както и засилване на етичните и моралните качества на студентите и преподавателите.

За да изпълни своята мисия академичното медийно пространство е желателно да изгражда не само свой собствен облик, съдържание, структура и механизъм на функциониране, които да са тясно свързани с академичните традиции, актуалните задачи и перспективите на развитие на висшето училище и неговите следовници, но и да реализира тясно сътрудничество и интеграционни процеси с регионалните, националните, европейските и световните медийни пространства, средства и технологии.

**Основната изследователска теза**, която се поставя настоящият доклад е да покаже как академичното медийно пространство със своите средства, измерения и проекти обогатява мисията на висшето училище да се развива като научно-образователно, изследователско и културно звено, да съчетава добрите възрожденски национални традиции с модерното образование и наука, с общочовешките ценности и завоеванията на съвременната цивилизация.

Изхождайки от така формулираната теза, **преследваната цел** в научния доклад се свежда до очертаване на съдържанието, структурата, измеренията и проектите на академичното медийно пространство и тяхното вписване в традициите и опита на висшето училище, както и в усилията на Академията за приобщаване към добрите национални, европейски и световни образователни и изследователски практики.

Целта се постига чрез очертаване и разработване на механизми за решаване на **задачите**, които биха могли да се систематизират в три главни направления:

1. Академична стратегия, информационна политика и медийно пространство – предизвикателства и възможности за решения.
2. Основни измерения на академичното медийно пространство.

3. Проекти и перспективи пред академичното медийно пространство.

Още в самото начало може да се резюмира, че академичното медийно пространство поставя за изследване и решаване въпроси, които имат както организационно-методичен и технико-технологичен характер, но така също и такива, които са специфични и тясно свързани с академичния живот.

## **2. Академична стратегия, информационна политика и медийно пространство – предизвикателства и възможности за решения**

За да се постигне едно по-пълно и издържано изясняване на академичното медийно пространство, според нас, е наложително да се направи опит за дефиниране на неговата същност, т. е. да се лансира едно работно определение.

*Академичното медийно пространство представлява систематизирана съвкупност от медийни средства, способности, техники, технологии, умения, опит, традиции и мениджмънт, които пропорционално, рационално и ефективно са разположени в академичния кампус и интегрирани с локалните, регионалните, националните и глобалните обществени и частни медии, с цел обслужване на информационните, комуникационните и познавателните потребности на академичния състав – преподаватели, докторанти, студенти, специалисти и сътрудници, като подпомага тяхното образователно, изследователско, професионално, културно, естетично-нравствено и морално израстване и реализиране.*

За академичното медийно пространство са присъщи следните същностни характеристики:

а) на системна основа обхваща съвкупност от медийни средства, способности, техники и технологии;

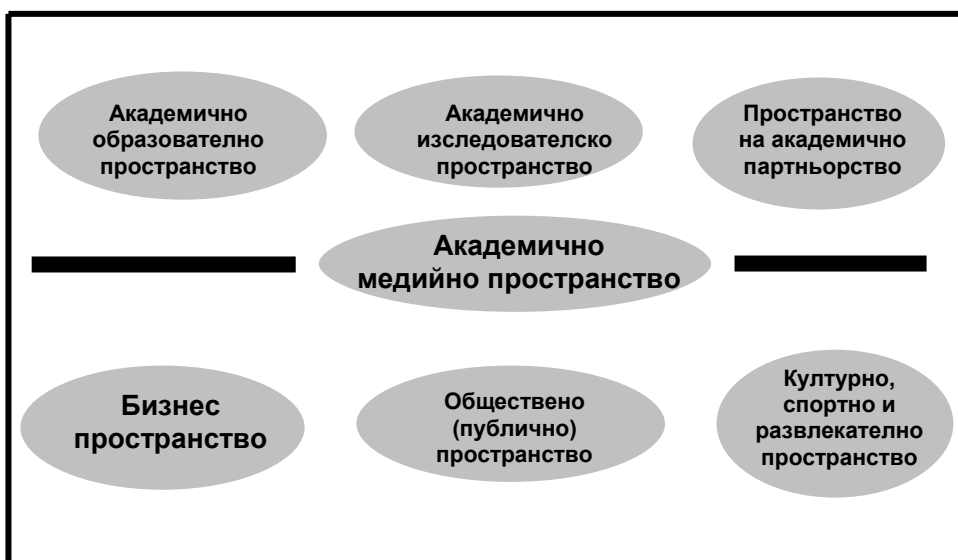
б) основава се на традиции, опит и професионални умения;

в) притежава мениджмънт, който следи за пропорционално, рационално и ефективно разполагане на медийното пространство в академичния кампус и неговата интеграция с локалните, регионалните, националните и глобалните обществени и частни медии;

г) реализира обслужване на информационните, комуникационните и познавателните потребности на академичния състав;

д) подпомага образователното, изследователското, професионалното, културното, естетично-нравственото и моралното израстване на *преподавателите, докторантите, студентите, специалистите и сътрудниците.*

Медийното пространство на първо място трябва да се съобразява с **академичната стратегия**, която се вписва в мандатните програми и другите вътрешни нормативни документи за управление на висшето училище. Взаимовръзката между академичната стратегия и медийното пространство може да се демонстрира чрез следния структурен модел – вж. Фиг. 1.



Фиг. 1

Академичното медийно пространство стратегически трябва да се овързва с вътрешните измерения на висшето училище - образователно пространство, изследователско пространство и пространството на академичното партньорство.

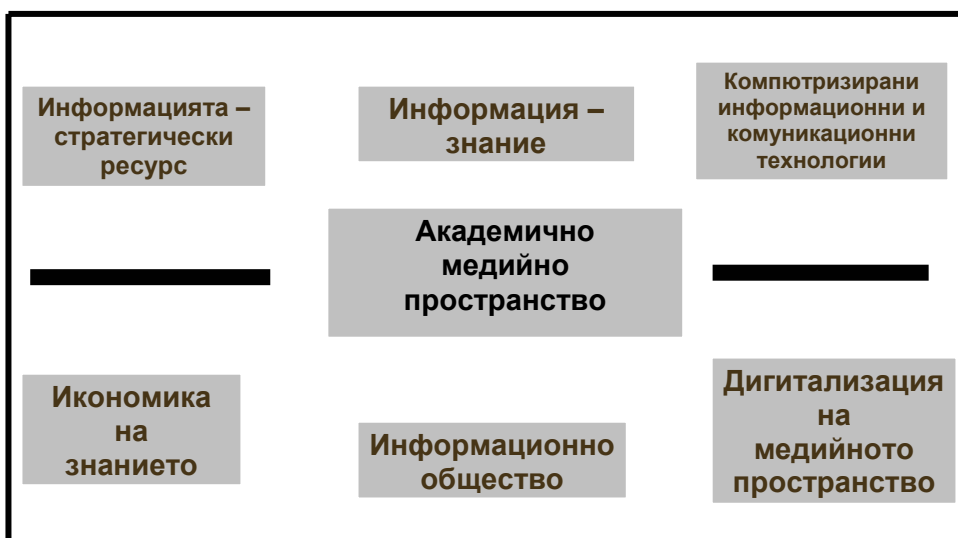
Стратегически важни са и взаимодействията с пространството на бизнеса, общественото (публичното) пространство, както с културното, спортното и развлекателното пространство.

Следвайки този модел, академичното медийно пространство, според нас, най-добре ще се впише и интегрира с основните стратегии, политики и програми на висшето училище, а така също и с процесите в обществото като цяло.

Прогнозите сочат, че 21-век ще бъде столетие на информационните и комуникационните технологии и изграждането на информационното общество. Медиите по същество са средства за масово осведомяване, които изцяло се опират на съвременните информационни и комуникационни технологии.

Информацията и информационните ресурси се превръщат в стратегически важи и определящи просперитета на стопанските, социалните, образователните, културните и обществено-политическите процеси в обществото.

Академичното медийно пространство е целесъобразно да бъде част и от информационната политика на Стопанската академия. Може да се предложи следната схема на взаимодействие между информационната политика на висшето училище и академичното медийно пространство – вж. Фиг. 2.



Фиг. 2.

Информационната политика предполага, на първо място, разглеждането на информацията, като стратегически ресурс, която има определящо място не само в образователния и изследователския процес, но и в цялостното професионално и културно израстване на младите специалисти-икономисти.

На второ място, трябва да се отчита обстоятелството, че в началото на новия век е много важно не само разполагането с достатъчна, актуална и добре организирана информация, но най-вече нейното целенасочено трансформиране в знание. Знанието е

интелектуален капитал, който ще оказва решаващо значение в развитието и просперитета не само на икономическите системи, но и на отделните обществени формации. Академичното медийно пространство трябва да подпомага този процес, както и да се възползва от благоприятната среда за развитие, която предлагат съвременните компютъризирани информационни и комуникационни технологии.

Икономиката на знанието и информационното общество постепенно навлизат както в развитите държави, а така също и в страните с икономики в преход. Всичко това поставя нови предизвикателства пред университетите и академиите, но същевременно това се отразява на мисията на академичното медийно пространство.

Дигитализацията на медийното пространство разкрива нови хоризонти, които дават по-богати, по-атрактивни и по-ефективни възможности за въздействие върху интелигентната академична аудитория.

Изложеното до тук дава основание да се стигне до извода, че изграждането, функционирането и развитието на академичното медийно пространство е сложна и отговорна задача, която изисква усилия и ресурси. Всичко това означава, че академичното медийно пространство трябва да бъде обект на академичния мениджмънт.

Мениджмънтът на академичното медийно пространство, според нас, би трябвало да се реализира по следната примерна схема – вж. Фиг. 3.



Фиг. 3.

Академичното медийно пространство, като обект на управление подлежи на прогнозиране, реализиране на маркетингови изследвания, в това число и на рекламни кампании, планиране, оперативен мениджмънт и контролинг на задачите. Тези управленски функции и дейности трябва да бъдат съобразени със спецификата на методите, средствата, техниките и технологиите на академичните медии.

Мениджмънтът на академичното медийно пространство, на първо място, е наложително да се опира на традициите, опита, развитието и обогатяването на класическите и утвърдени измерения на медиите в Стопанската академия. На второ място, е препоръчително да се отчитат перспективните медии на 21-ви век, които с внедряването на новите информационни и комуникационни технологии все по-бързо и осезателно ще навлизат и в академичния кампус.

### **3. Основни измерения на академичното медийно пространство**

Основните измерения на академичното медийно пространство се свеждат до главните средства и форми на проявление, чрез които медийното пространство реализира своите цели, стратегии и задачи в системата на Стопанската академия.

Тези измерения е целесъобразно да се изследват в три направления:

Първо, настоящи измерения на академичното медийно пространство;

Второ, перспективни измерения на академичното медийно пространство;

Трето, параметри на измеренията на академичното медийно пространство.

Настоящите измерения на академичното медийно пространство могат да се демонстрират чрез следната схема – вж. Фиг. 4.

Академичният вестник “Алма матер” е доайен на академичните медии. Той е представител на класическата медия, която има най-силно изявена традиция и опит. Вестникът е с изцяло академична насоченост и независимо от превратностите на времето и историята, той винаги е бил и е на висотата на висшето училище.

Студентското радио “Свищов” също има определени традиции и опит, но сега то прави опит да придобие ново лице и трайно да се настани в медийното пространство на Стопанската академия.

Тези два важни и утвърдени представители на академичните медии осъществяват сътрудничество и партньорство с общинските, областните и националните печатни, радио и телевизионни медии, въпреки че в това отношение има още какво да се желае и са налице възможности за реализиране на разнообразни проекти и алианси.



Фиг. 4.

Достиженията на съвременните компютъризирани информационни и комуникационни технологии и развитието на академичната информационна инфраструктура дадоха възможност за изграждането и функционирането на академичен Интранет (Intranet), а на сайта на Стопанската академия – електронен форум “Свищовска академия”.

Това са сравнително нови електронни информационни медии, които постепенно се утвърждават, завоюват своето място и територия, и на които се отрежда важна роля и значение в развитието на академичното медийно пространство в близка перспектива.

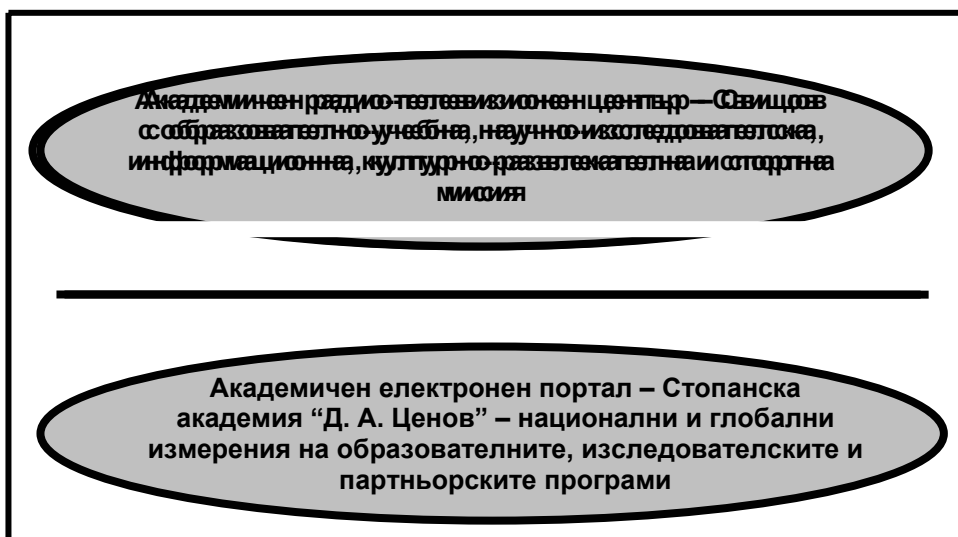
Перспективните измерения на академичното медийно пространство са едно предизвикателство пред ръководството на висшето училище и академичната общност, като цяло. Тези измерения имат два аспекта:



а) развитието и модернизирването на разгледаните медии (вж. Фиг. 4) в близка и по-далечна перспектива;

б) нови перспективни измерения на академичното медийно пространство.

Вторият аспект най-общо и принципно може да се представи по следния начин – вж. Фиг. 5.



Фиг. 5

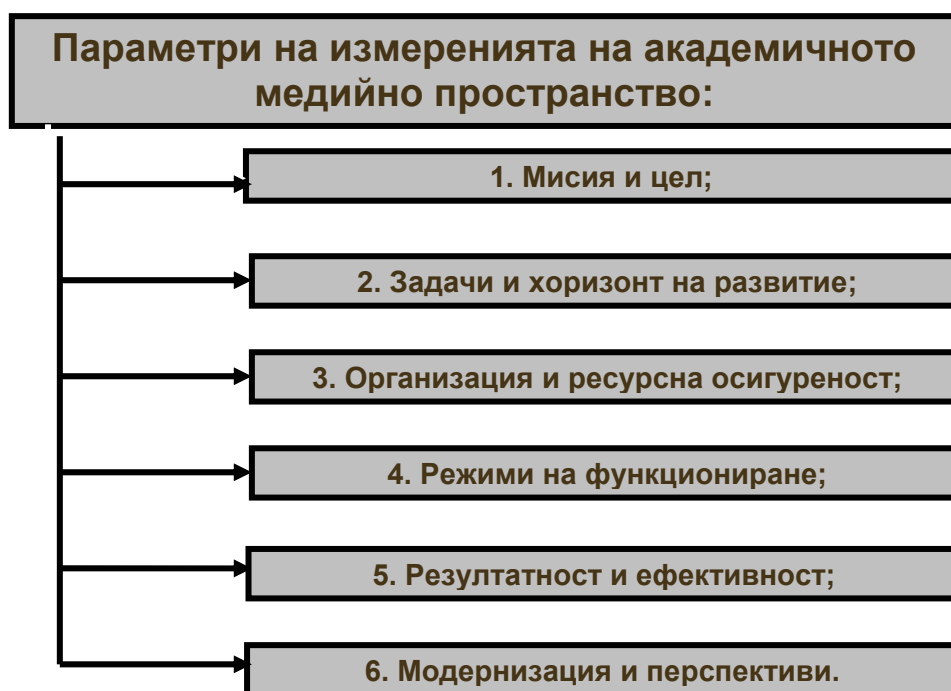
Академичният радио-телевизионен център – Свищов е медия, която би трябвало да се изгражда. Нейната мисия ще бъде в умелото съчетаване на образователно-учебна, научно-изследователска, информационна, културно-развлекателна и спортна дейност.

Академичният електронен портал – Стопанска академия "Д. А. Ценов" е перспективно медийно начинание, което е продиктувано от прогнозите и предвижданията, че университетите и академиите постепенно ще се превръщат в образователна и изследователска индустрия. По подобие на корпоративните портали в бизнеса, тази нова медия ще съчетава и интегрира академичните, националните и глобалните измерения на образователните, изследователските и партньорските програми.

Много важен въпрос е формирането на система от параметри, които ще могат да характеризират отделните измерения на академичното медийно пространство. Тази система от параметри ще изпълнява ролята на рамка, вътрешен стандарт, които ще подпомагат изграждането, функционирането, модернизирването и

развитието на всяка отделна част на академичното медийно пространство.

Вариант на такава систематизирана система от параметри, според нас, може да изглежда по следния начин – вж. Фиг. 6.



Фиг. 6

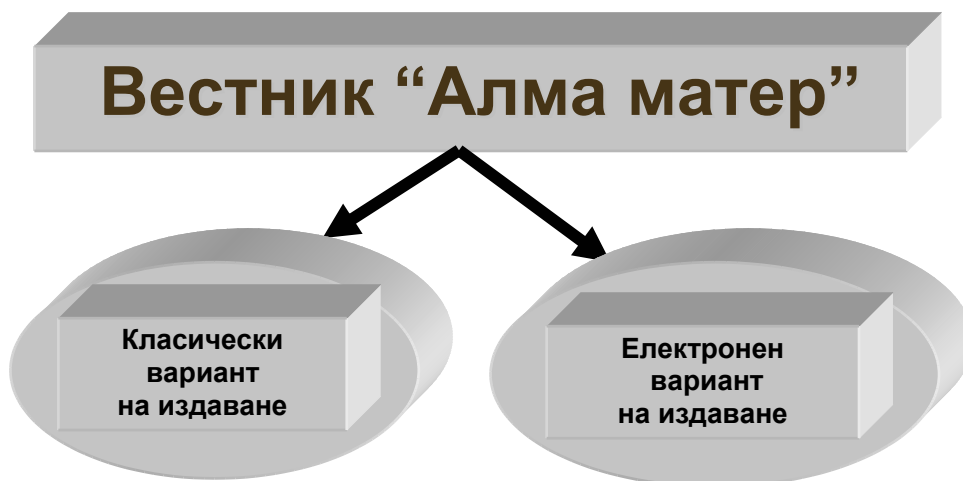
#### 4. Проекти на академичното медийно пространство

Академичното медийно пространство е инициатива, която изисква както организационни и инвестиционни усилия, а така също и разработването на логическа последователност от проекти, които ще допринесат за реализирането на мисията и поставените цели.

Всеки отделен проект може да се реализира самостоятелно, като се отчитат стратегията, ролята и значението на академичното медийно пространство като цяло.

*Първият проект* е насочен към академичния вестник “Алма матер”. Този проект има възможност да се реализира в най-близка перспектива. Тук са налице предпоставки, които ще съчетават традиционализма с постиженията на съвременния информационен

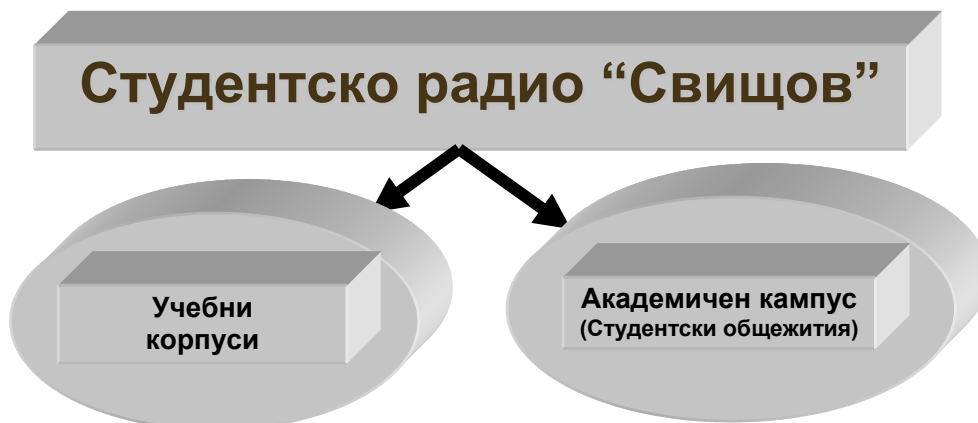
свят. Проектът може да се представи чрез следната концептуална схема – вж. Фиг. 7.



Фиг. 7.

*Вторият проект* е ориентиран към студентското радио "Свищов". Този проект включва повече предизвикателства, тъй като ще трябва да се разширява както съдържателната страна на схемата на предаванията, а така също и да се обхване целия академичен кампус – учебни корпуси и студентски общежития.

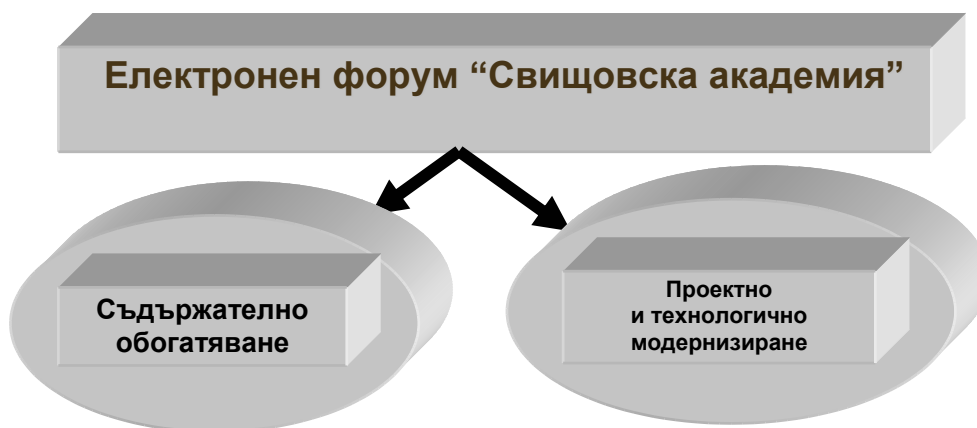
В по-далечна перспектива студентското радио трябва да се модернизира и от гледна точка на инфраструктурата, като от кабелно се превърне в ефирно радио. Принципната схема на проекта може да се представи по следния начин – вж. Фиг. 8.



Фиг. 8.

*Третият проект* се отнася до електронния форум “Свищовска академия”. Проектът е изцяло свързан с развитието и разпространяването на Интернет-технологиите в образователното, изследователското, информационното и медийното пространство на Стопанската академия.

Тук усилията трябва да се канализират в две направления – съдържателно обогатяване и програмно-технологично модернизиране. Концептуално това изглежда така – вж. Фиг. 9.



Фиг. 9.

*Четвъртият проект* е с по-далечна ориентация и той ще бъде проекция от нововъденията в медийните средства, методи, техники и подходи, от една страна, и перспективите в развитието на компютъризираните информационни и комуникационни технологии и тяхната приложимост в медийната индустрия.

Четвъртият проект ще очертае рамката на академичното медийно пространство на 21-ви информационен век.

Всички предложени проекти обхващат интеграционни процеси, които могат да се систематизират в две магистрални насоки:

а) вътрешни интеграционни процеси, които ще осигурят отделните относително самостоятелни проекти да функционират синхронно, да взаимодействат рационално и да се формира единно академично медийно пространство;

б) външни интеграционни процеси, реализиращи се по следната принципна схема – вж. Фиг. 10.



Фиг. 10.

### 5. Заключение

От изложените виждания, идеи и постановки биха могли да се резюмират следните изводи:

1. Академичното медийно пространство трябва да бъде точно дефинирано с ясна мисия, цел и задачи;
2. Настоящите и перспективните измерения на академичното медийно пространство са определящи за организационното, технологичното и съдържателно-структурното изграждане и управление;
3. Проектите на академичното медийно пространство определят рамката, насоките и перспективите на развитие на всеки отделен компонент.
4. Академичното медийно пространство се интегрира в локален, регионален, национален и глобален аспект.

**Използвана литература:**

1. Гейтс, Бил, Бизнес със скоростта на мисълта (Дигитални нервни системи), С., Издателска къща "Сиела", 1999 г., 477 с.
2. Гапскот, Дон, Дейвид Тикол, Алекс Лоуи, Цифров капитал (Да обуздаем силата на бизнес мрежите), С., Класика стил, 2001 г., 314 с.
3. Кастелс, Мануел, Възходът на мрежовото общество, ЛИК, 2004, 496 с.
4. Efraim Turban, Ephraim McLean, James Wetherbe, Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy, 4 edition, Wiley, 2004, 784 pages.
5. Khosrow-Pour, Mehdi, Advanced Topics in Information Resources Management, Idea Group Publishing, 2004, 300 pages.