

Връзката информация-съдържание

доц. Руси Маринов

Ще започна с една мисъл на популярния композитор и музикант Франк Запа. "Информацията не е знание. Знанието не е мъдрост. Мъдростта не е истина. Истината не е красотата. Любовта не е музика. Музиката е над всичко". От тази гледна точка, едва ли успехът на Apple и Google щеше да бъде такъв, какъвто е в момента, без дигиталните, музикални платформи и магазини. Макар Запа да не е специалист по информация, той забелязва нещо важно, че информацията е неуловима величина и всеки, който говори за нея по-скоро се опитва да заблуди другите, отколкото да им осигури някакво знание за света. Връзката между информация и съдържание на пръв поглед е очевидна, но не всяко съдържание има информационна стойност или е носител на информация, както и не всяка информация има съдържание.

Информацията заема централно място във всяка човешка дейност. Майкъл Айзенберг от университета във Вашингтон смята, че съществуват много типове информация и различни нива на информация. Например, ДНК е информационна система на микроравнище. Лондонската стокова борса е информационна система на макрониво. Може ли например по време на една конференция да се генерира някаква информация, може но е много трудно начинание и безсмислено, защото целта в случая, е обмен на някакви идеи или по-скоро мнения за дадени процеси. Ще посоча няколко популярни дефиниции за информация, намерили място в речниците. В речника Merriam Webster информацията е дефинирана като: комуникация или получаване на знание, или интелект; знание, получено от изследване, наблюдение или инструкции; сигнал или качество на комуникационна система или компютър; нещо от типа на съобщение, експериментални данни или снимка, представящи умствени или физически конструкции. Информацията, съгласно "електронния градски речник" е нов термин разпространяващ се по територия на САЩ като горски пожар; Информацията означава мариухана и да бъдеш информиран значи да бъдеш просветен. Когато някой знае нещо, показва на другите точно противоположното.

В електронния бизнес речник са дефинирани както информацията, така и съдържанието./<http://www.businessdictionary.com/definition/content.html/>

Информация: данни, които са проверени за точност и навременост; специфични и организирани данни, с определена цел; нещо, което е част от контекста и има значение; нещо, което увеличава разбирането за реалността и ограничава неопределеността. Съдържание: текстът, съдържащ се в един документ или публикация под каквато и да е форма; има отношение и към информацията, и към комуникацията; всичко свързано с актуалност, четимост, релевантност и полезност на представената информация; есенцията на съобщението, което трябва да се разбере и получи от аудиторията. нещо, което кара посетителя отново да се върне на веб страницата и да се задържи там. Един съвременен автор в областта на информационната наука като Уйлям Дембски казва, че няма фундаментална дефиниция за информация и най-общо под информация се разбира трансмисия на сигнали по даден комуникационен канал, но се разчита основно на актуализацията на една възможност, за сметка на други. Информацията, според Дембски, предполага, не само средство за комуникация, но и случайност. Преди него автор като Роберт Сталкнер/1984/ отбелязва, че съдържанието изисква случайност. Да научим нещо, да придобием информация означава да очертаем възможностите. За да разберем информацията, предадена с помощта на комуникационни средства е необходимо да знаем още кои възможности са изключени. Другото понятие, отразено в компютърните речници е съдържание:/dictionary.com/ нещо, което е трябва да бъде запълнено/например буркан или кутия/; предмет или тема, развити в книга или документ; нещо което трябва да се изрази с помощта на медия, под формата на реч, писмен текст или друг артистичен подход; значение; важна информация или творчески материал;

Информационният спектър включва четири основни величини: и това са данни-информация-знание- действия. Данните са необработени символи, цифри и букви. Данните, съгласно "енциклопедията на веб" представляват отличителни части от информация, обикновено форматирана по специален начин. например, целият софтуер се дели на две категории:данни и програми. Програмите са колекция от инструкции за манипулиране на данните. Данните могат да съществуват под различни форми:числа, текстове; битове, съхранени байтове в електронна памет, или факти запазени в човешкия мозък. Терминът данни се използва най-често, за да

се разграничи бинарната-машинна информация от текстуалната-човешка информация. В някои приложения се прави разлика между файлове, под формата на данни/или файлове съдържащи бинарни данни; и текстови файлове, съдържащи ASCII код. Кореспондиращи с данните понятия и направления са: управление на данни; складове за данни; моделиране на данни; извличане на данни. Извличане на данни е високо-технологичен процес, при който се обработват голямо количество факти, с помощта на тенденции, връзки между данните и примери. Извличането на данни е ключов компонент на управленския процес на информацията. Информацията още означава предаване значение на данните. Знанието, от друга страна включва-събиране, комбинирание на информация, синтезиране и правене на изводи. Действията на хората и машините означават - да направят нещо, базирано на информация. Информацията има различни форми:

- * текстове-статии, книги, новини;
- * звуци-музика, разговори, четене;
- * образи- снимки и илюстрации;
- * компютърни файлове-папки,слайд-шоу;

Информацията според Боб Бейко/преподавател в Училището по информация,Университет Вашингтон/ е процес по трансформиране на знание, при общуване с други хора. Съдържанието, от друга страна е сурова информация във форма, готова за използване, имаща определена цел. Информация, разпространявана свободно в заобикалящия ни свят не е съдържание. Превръща се в съдържание, когато някой успее да я улови и направи нещо полезно от нея. За да се предаде информацията е необходимо да се кодира-процесът задава и метода за комуникация, посредством компютър. Кодирането още е известно и като формат, той може да бъде от своя страна под формата на файлове или визуална интерпретация/демонстрация. Форматът е начинът по който информацията се кодира, така че компютърните приложения да могат да я използват. Най-разпространената кодираща система в света е ASCII/American standard code for information interchange/ или модерния му вариант, наречен Уникод/Unicode/. Съдържанието има структура или това е начинът по който подреждаме информацията. Структурата е по-важна от формата, защото форматът следва структурата. Ако знаем как да контролираме

структурата на съдържанието, тогава ще можем да създадем формат подходящ за нашите цели и потребности. Впоследствие това е необходимо за презентация на материала. Ако форматът има отношение към презентация/представянето, то структурата се съотнася към мениджмънта или управлението. Добре структурираното съдържание означава няколко неща:

- * съдържанието е разделено на ясно дефинирани категории- които се наричат типове;
- * отделните сегменти да бъдат управляеми, или това са компонентите на съдържанието;
- * всеки компонент се дели на добре дефинирани части или елементи;
- * всеки елемент да взаимодейства с други елементи на съдържанието с помощта на индекси и препратки.

Структурата е важен компонент на съдържанието, например визуалната структура дава възможност на потребителя бързо да идентифицира и извлича информация. Структурата е своеобразна карта и е начин за интегриране на отделните компоненти на съдържанието в унифицирана рамка, днес тенденцията е постигане на унифицирана комуникация. След идеята за съдържанието идва ред на следващите компоненти, допълващи съдържанието: контекст и значение. Съдържанието е част от средата, цветовата гама, например, задава тонът на съдържанието, без контекст съдържанието е лишено от значение. В компютърния свят дигиталното съдържание е в своя детски период, или дигитално разположено съдържание в подходящ контекст е бъдещето на развитието на съдържанието. На практика това означава да поставим съдържанието в мрежа, в един динамичен контекст и за целта е необходимо да усъвършенстваме кода. В момента само „Ню Йорк Таймс“ сериозно обсъжда идеята за изграждане на дигитална платформа за генериране качествено съдържание и планират това да се реализира след 2-3 години. Може да се отбележи, както се твърди в един материал на „Уолстрийт Джърнъл“ от 2010г., че има и десетки специалисти по света в областта на маркетинга, рекламата, връзките с обществеността, които се занимават с създаване на съдържание, без да познават основните понятия в тази област като в случая говорим, че или са сбъркали професията си, или не знаят какво правят, основната им задача е по-скоро да популяризират

съдържание, а не да го генерират. През м. март по видео канала TED Ели Паризър представя презентация, в която се говори за "балони-филтри"-идеята е, че когато търсим информация в социалните мрежи ни се осигурява съдържание, което вече е индексирано като "харесвано" и почти никога не получаваме съдържание, от което се нуждаем. При търсене на информация за "Египет", получаваме съдържание, свързано с арабската революция, през пролетта на 2011 и нищо повече. Настоящите платформи не ни позволяват да получим това, което желаем, а предлагат нещо коетовече те смятат, че притежават. Решаване на този проблем е да се намери баланс между код и редактори. Необходимо е да се търсят нови пътища за пакетиране и доставка на информация.

В бъдеще можем да говорим за една връзка между съдържание, контекст и код, например в един специализиран семинар. В наши дни, информационните платформи за интегриране на съдържание дават възможност да се извличат данни от всеки един достъпен източник, след това да се формират и доставят до всеки обект-вътре и извън организацията- в точното време. Например, някои от решенията на АйБиЕм позволяват да се интегрират данни и съдържание във форма удобна за доставяне, да се осигури пълна и навременна информация и управляват данни, като се имат предвид жизнения им цикъл. Ще завърши с основните части на един опростен модел по управление на съдържание и някои по-популярни платформи в тази сфера: а/ изграждане на микро мрежа от елементи на съдържанието; б/ разработване на идея за създаване на мрежа от аудитория; в/ създаване на мрежа от публикации, в която аудиторията консумира съдържание. Платформите с най-голямо приложение са следните: WordPress; Drupal; Joomla; ExpressionEngine; Radiant CMS; Alfresco; TYPOlight; Mambo. Днес предизвикателствата, стоящи пред институциите е как и от къде да получат информация, да я обработят по адекватен начин и доставят до точния човек в точното време, с цел вземане на решение и ефективно преодоляване на актуални проблеми. Въпреки, че живеем в информационно общество достъпът да информация и съдържание е доста проблематична и не винаги осъществима дейност.