

Доц. д.с.н. ПЛАМЕН БРАТАНОВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**КРИТЕРИИ И ИЗИСКВАНИЯ ПРИ ПРОСЛЕДЯВАНЕТО НА КОМУНИКАЦИОННОТО
ВЪЗДЕЙСТВИЕ В СОЦИАЛНАТА СРЕДА**

**CRITERIA AND REQUIREMENTS IN THE STUDIES OF THE COMMUNICATION
IMPACT ON THE SOCIAL ENVIRONMENT**

Assoc. Prof. Dr. PLAMEN BRATANOV

SOUTH-WESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The paper deals with the pragmatic view that different models of social communication (independently of the research goals and the limitations established by them in each separate case), should investigate not only the elements of communication in the modern hyper environment, but also their interaction, taking place on individual (intrapersonal and interpersonal), group (within a group and between different groups), organisational (management) and mass-media levels.

Key words: system approach, communication models, elements of communication, subject of communication, hyper environment and etc.

В настоящия анализ вниманието ни е насочено към открояването - във вид на хипотеза - на някои теоретични предпоставки, критерии и специфични изисквания, които следва да бъдат спазвани при оптималното моделиране на социалната комуникация и най-вече по отношение на метода на "имитационното моделиране".

Изхождаме от идеята, че условията и отделните фактори, които въздействат върху ефекта от комуникацията - осъществявана на различните равнища на социалното взаимодействие - е възможно да бъдат разглеждани в рамките на експериментирането с един кибернетичен модел. Неговото построяване следва основните характеристики на изследваната социално-комуникационна ситуация.

Същата идея се основава на допускането, че както например характеристиките на личността на оратора (вж. **Основен античен реторичен модел** и Братанов, П. 2003, с. 43 - 48), предмета на комуникацията (вж. **Предмет на комуникацията** и Братанов, П., пак там, с. 190 - 195) в речевото съобщение, индивидуалните особености на комуникатора и

реципиентите, а и физическите признаци на съобщенията-символи (вж. **Кодиране (шифриране) на съобщението-символ** и Братанов, П., 2004, с. 54 - 57) - всичките те разглеждани поотделно или като едно цяло в различните конкретни случаи могат да намерят своето място (чрез своите "моделни аналози") в един кибернетичен модел или да бъдат изследвани (експериментално) като фактори, които осъществяват въздействие върху собственото му функционално поведение във времето.

В същия смисъл приемаме, че на основата на метода на имитационното моделиране е възможен анализ на вербалната (речевата) или на технически опосредстваната комуникация - включително и масовата - в стремежа им да постигнат (или не) своята крайна цел (ефект) или желаната промяна в мисленето, в емоциите и чувствата или в социалното поведение на ангажираните в тях хора.

А. Теоретичните рамки на анализа определят отделните критерии, които следва да бъдат спазвани при неговото изпълнение.

Съдържанието на отделните критерии е следното:

Първи критерий:

Комуникацията трябва да бъде разглеждана в съответствие с нейната същност, вътрешна логика, принципи, структура, взаимни връзки и динамика, които отговарят на универсалната и функционална роля и значение в живота на индивидите и на обществото изобщо;

Втори критерий:

Системният подход по отношение на анализа на социалната комуникация (вж. Братанов, П., 2003, с. 96 - 102) не изключва от него познавателните възможности и резултати, постигнати от различните изследвания, а по-скоро ги предполага, обединява и допълва;

Трети критерий:

Социалната комуникация чрез символичната си природа получава **собствена функционална ценност** (Е. Касирер), изразена в смисловонатовареното поведение на отделните индивиди в конкретната изследвана ситуация;

Четвърти критерий:

Функционалната ценност на социалната комуникация е различна за различните хора и се определя от тяхното **разбиране** (Касирер) на абстрактното и съдържание, разпространявано чрез разнообразните и форми на различните равнища на социалното взаимодействие;

Пети критерий:

Функционалната ценност на социалната комуникация, която намира проявление в нейното съдържание, е органично свързана с особеностите на нейната структурно-формална страна. Тя е резултат на предварителната преработка на съдържанието на комуникацията и отговаря на особеностите на възприемането на съобщенията-символи от отделните индивиди. Основните понятия тук са "полето на опита" (Шрам) – вж. Братанов, П., 2003, с. 62 - 63 и "установяването на дневния ред" (Agenda Setting – вж. С. Ле

Рой Уилсън – Братанов, П., 2003, с. 148 – 153);

Шести критерий:

Разбирането на абстрактното значение на отделните съобщения-символи зависи от начина на знаковото им представяне (Е. Касирер), но също така и от индивидуалните идеи или представи на хората за съществуващите отношения във външната действителност;

Седми критерий:

Системният анализ на процеса на **"разбирането"** предполага обособяване на ролята на системообразуващите фактори, които участват в него, както и на резултата (резултатите) от тяхното действие (взаимодействие). Те включват и конкретните възможности за осъществяване на преднамерено (или не) въздействие върху самата индивидуална рефлексия на външната действителност;

Осми критерий:

В осъществяването на социалната комуникация участват множество обособени компоненти (вж. Братанов, П. 2004, цит. съч., с. 46 – 99). Те са различни за различните равнища, на които се осъществява комуникацията (вътрешноличностната, междуличностната, вътрешногруповата, междугруповата, институционално-организационната и масовата (McQuail);

Отделните елементи в комуникацията диференцират ролевата функция на нейните участници и отделните етапи на процеса, за да бъде получена желаната реакция-отговор.

Сред отделните компоненти се открояват **предметът на комуникацията, характеристиките на съобщенията – символи и вмешателството (включително и виртуалното** - Братанов, П., 2004, 74 – 77), **индивидуалните и колективните (и виртуалните) източници и получатели** – Братанов, П., пак там, с. 47 – 50 и 64 – 69.

Въздействието на отделните компоненти в процеса на комуникацията

е различно според **първо**, качествата на средата, през която преминават съобщенията-символи; **второ**, естеството или природата на осъществяваната комуникация; **трето**, личностните характеристики на източника (източниците) и получателя (получателите); **четвърто**, културологичният и социалният контекст, в който се възприемат идеите на комуникатора; **пето**, спецификата на отделните форми на комуникацията;

Девети критерий:

Формите на социалната комуникация могат да бъдат обособени според динамичното единство на целта (предназначението) и функционалната насоченост на комуникацията, на предмета на комуникацията (съобщението-символ), на начина на нейното осъществяване, а и в съответствие с нейните пространствени и времеви характеристики (вж. Братанов, П., 2004, с. 104 – 117), които рефлектират върху изследваната комуникационна ситуация;

Десети критерий:

Изследваната комуникационна ситуация може да бъде разглеждана според **първо**, предметно-съдържателната и насоченост; **второ**, конкретната и цел (предназначение); **трето**, условията за осъществяване и **четвърто**, ценностната и натовареност – Братанов, П., 2003, с. 207 - 211;

Единадесети критерий:

Същностните характеристики на новите комуникационни технологии до голяма степен са характеристики на мултимедийното обкръжение.

Тези характеристики включват освен мозаичност (С. Бекер), така също фрагментарност и в същото време – изобилие, динамика и непрекъсната промяна. За мозаичното мултимедийно обкръжение е характерно присъствието в него на множественни източници, на тематично многообразие, на взаимно “преливане” на значението на отделните контексти и на техния ефект, празнини в

знанията ни и др. – S. Becker и Братанов, П., 2003.

Най-значимото в характеристиките на новите комуникационни технологии е интензивното им проникване в ежедневната трудова дейност на съвременните хора и то до степен при която последната се осъществява изцяло в дома и в условията на хипермедийна (виртуално-мрежова) среда или в една променена, “осъвременена” - “хиперреалност” (Бодрияр);

Дванадесети критерий:

Основополагаща в анализа е идеята за **съвместното интензивно използване на масово-комуникационните, груповите и индивидуалните (междупersonностните) комуникационни канали. Всички те се намират помежду си в тясно взаимодействие** (Братанов, П., 2003, с. 64 – 65; с. 80 – 81; с. 91 – 92; Бонев, Х., 1982, с. 11 и с. 149 и П. Лазарсфелд, Б. Берелсон и Х. Годит, 1968);

В практически план от това следва необходимостта анализът да включва взаимната обусловеност и взаимодействие на масово-комуникационните, институционално-организационните (управленските), груповите (вътрешногруповите и между-груповите) и индивидуалните (междупersonностните и вътрешноличностните) равнища на които се осъществява комуникацията в обществото, но вече в хипермедийна (виртуално-мрежова) среда.

Допълнителен аргумент за необходимостта от подобен анализ е фактът, че въздействието и ефектът на социално организираната комуникация зависят и се определят не толкова от нейния инициатор, колкото от интереса, волята и желанията на нейния обект - членовете на аудиторията или публиката. Те са равнопоставени участници в комуникацията и тяхното мнение винаги трябва да се зачита при нейното осъществяване (Black, J., J. Bryant, 1992 и Братанов, П., 2003). Активната роля на

аудиторията нараства в условията на новите комуникационни технологии;

Тринадесети критерий:

Съществен въпрос е установяването на признаците или на факторите от които зависи ефекта от взаимния обмен на символичните значения в комуникацията. Основа за обособяването им са личностните характеристики на участниците в комуникацията, житейският им опит и усвоените от тях ценности и традиции. Дейностите на различните институции и организации, които осъществяват разнообразни функции - чрез реализацията на професионалните и социално-отговорни роли и усилия на лицата, които извършват съответните комуникационни актове или действия - също са изходна база за открояването им;

Четиринадесети критерий

Възможностите за осъществяване на преднамерено (или не) въздействие върху отделния (те) индивид (и) чрез формите на социалната комуникация са последица от **първо**, индивидуалния достъп до предметите на комуникацията; **второ**, от интерпретацията от страна на отделния индивид на реакциите и очакванията на хората, с които той влиза във взаимодействие и **трето**, от начина на постигането на индивидуалните цели;

Петнадесети критерий:

Теоретичните постановки в анализа, трябва да предложат допълнителна аргументация и доказателства за истинността на установените през последните десетилетия различни концепции за социалната комуникация.

Тази гледна точка включва и методологията или логиката на осъществяване на емпиричните изследвания през същия временен период - в съответствие с която са събрани масиви от различни данни;

Б. На базата на изложените критерии **конкретните изисквания**, които е необходимо да бъдат спазвани при експерименталното проследяване на

комуникационното въздействие в социалната среда, са следните:

първо, мястото и ролята на елементите, които съставляват кибернетичния модел трябва да отговарят на изискването за **аналогия** на техните реални прототипи или оригинали в интересувания ни комуникационен процес. Доколкото става дума за кибернетичен (или математически) модел - относно сходството или аналогията - следва да имаме предвид изискванията, които произтичат от математическото подобие, изоморфизма и хомоморфизма;

второ, за кибернетичният модел на изследваната комуникационна ситуация независимо от нейните формални и съдържателни характеристики, а и отделно от равнището на което се осъществява, са в сила кибернетичните принципи на "черната" и "бялата" кутия (Н. Винер). За първия принцип е характерно непълното описание на модела. При "бялата" кутия вътрешното структурно състояние на кибернетичната система е добре познато и акцентът в анализа се поставя директно върху описанието на нейните външни функции. В отделните случаи на изследване на комуникационните обекти, процеси и явления усилията следва да бъдат насочени към преобразуването на съответните им кибернетични аналози от тип "черни" кутии в тип "бели" кутии (Wiener, N. Cybernetics, 2 nd ed., M.I.T. Press, John Wiley & Sons, New York, 1961 – Винер, Н. Новые главы кибернетики, Сов. Радио, 1963);

трето, при операционализирането на понятийния апарат на изследваното комуникационно явление, т.е при прехода от концептуалната към конкретната методология на измерване (Б. Чакалов) в кибернетичната система различаваме признаци от два основни

типа – **екзогенни** и **ендогенни** (Р.Шенън).¹

Екзогенните признаци изразяват качествените характеристики на елементите на модела, които са породени от външни за него причини.

Ендогенните признаци изразяват качествените характеристики, които възникват поради действието на вътрешни за кибернетичната система причини.

Като илюстрация на ендогенен признак разглеждаме семантичния шум в междуличностната комуникация, проявен на емпирично равнище. В количествено и качествено отношение (А. Атанасов) възрастта, местоживееенето, професионалната принадлежност и завършеното образование определят в даден момент вероятността от възникването на семантичен шум в личните комуникационни връзки на едно отделно взето лице (Дж. Блек и Дж. Браянт). Според цитираните Дж. Блек и Дж. Браянт и съгласно определението на Р. Шенън, екзогенен признак е каналният шум в масовата комуникация и по-точно този, който е породен от външни причини;

четвърто, кибернетичният модел се изгражда в съответствие с предпоставката, че **не всички** реални характеристики, качества, свойства и отношения на изследвания обект, процес или явление намират своето място в него (Шеннон, Р.). Изводът е, че в модела могат да участват само **тези от тях**, които чрез абстрактното съдържание на системата от изходни понятия са включени в предварително конструираната теория за изследвания комуникационен феномен (Бестужев-Лада, И. В., В. Варыгин и В. А. Малахов);

пето, въздействието на избраните отделни признаци на кибернетичния модел върху особеностите на собственото му поведение (респ.

въздействието на реалните им аналози или прототипи върху функционирането и развитието на изследвания комуникационен обект, процес или явление) **следва** предварително направената им теоретична оценка или тяхната обща теоретично-конструктивна квалификация (вж. също Бестужев-Лада, И. В., В. Варыгин и В. А. Малахов). Това е твърде важен момент в анализа, защото благодарение тъкмо на спазването на това изискване **обективността** на постигнатия резултат от тествания кибернетичен модел на изследваното социалнокомуникационно явление е непосредствена функция на използваната теория за неговото построяване;

шесто, функционалната зависимост на кибернетичния модел е насочена към взаимодействието му с външната среда. Тя изразява външната причинност или обусловеност на модела от нея (вж. Кибернетика и ..., с. 244 - 246). Р. Шенън номинира тази обусловеност или причинност като "целева функция" или като "функция на критерия". Съдържанието на двете понятия формулира целите и задачите на кибернетичната система.

Външната обусловеност или причинност, т.е "функцията на критерия" на кибернетичния модел е насочено към реализацията на неговата прагматична цел, роля и задачи;

седмо, съдържанието на понятието **цел** по отношение на кибернетичния модел на изследваните комуникационни обекти, процеси и явления обвързваме със съдържанието на понятието **ценност** (вж. Управление, информация, интелект, с. 190) или със същото това качество, което притежава самата социална комуникация (Братанов, П., 2003). Така съдържанието на последното понятие в кибернетичния модел е съобразено със съдържанието на Трети, Четвърти и Пети критерии, които дефинират **функционалната ценност на социалната комуникация (Трети,**

¹ / Р. Шенън използва вместо "признак" – термина "променлива", който е термин използван в теорията на математическата статистика.

Четвърти и Пети критерии). Основанието за това е прагматичното свойство на комуникацията – възможността нейното съдържание да бъде използвано в зависимост от конкретната цел на нейния получател;²

осмо, функционалната зависимост на кибернетичната система при имитационното моделиране може да бъде детерминирана или стохастична (Р. Шенън). Функционалният характер на кибернетичния модел, т.е. относителната самостоятелност на неговото функциониране от собствената му структура и от структурата на външната среда ориентират към **допускането за преобладаваща в анализа на отделните комуникационни ситуации статистическа зависимост** (вж. също и Кибернетика и ..., цит. съч., с. 244). И двата вида - детерминираната и стохастичната - функционални зависимости могат да бъдат представени математически (Р. Шенън). Когато функционалната зависимост не е представена в математически вид, "възможно е да използваме математическия апарат на теорията на игрите" (Кибернетика и ..., цит. съч., с. 251). Подобни изследвания специално на общественото мнение са провеждани вече в САЩ³;

девето, кибернетичният модел на изследвания комуникационен процес включва масовокомуникационните, институционално-организационните,

груповите (вътрешногруповите и междугруповите) и индивидуалните (междучичностните и вътрешноличностните) равнища на които се осъществяват взаимните връзки и влияния между индивидите в обществото (според типологията на Д. Макуейл) и в условията на функционирането и развитието на новите комуникационни технологии в хипермедийната и виртуално-мрежовата среда, според съдържанието на **единадесети и дванадесети критерии;**

десето, при моделирането трябва да бъдат конкретизирани съответните признаци, които чрез своята променлива стойност изразяват взаимовръзките между различните комуникационни канали – масовокомуникационните, институционално-организационните (управленските), груповите (вътрешно-груповите и междугруповите) и индивидуалните (междучичностните и вътрешноличностните).

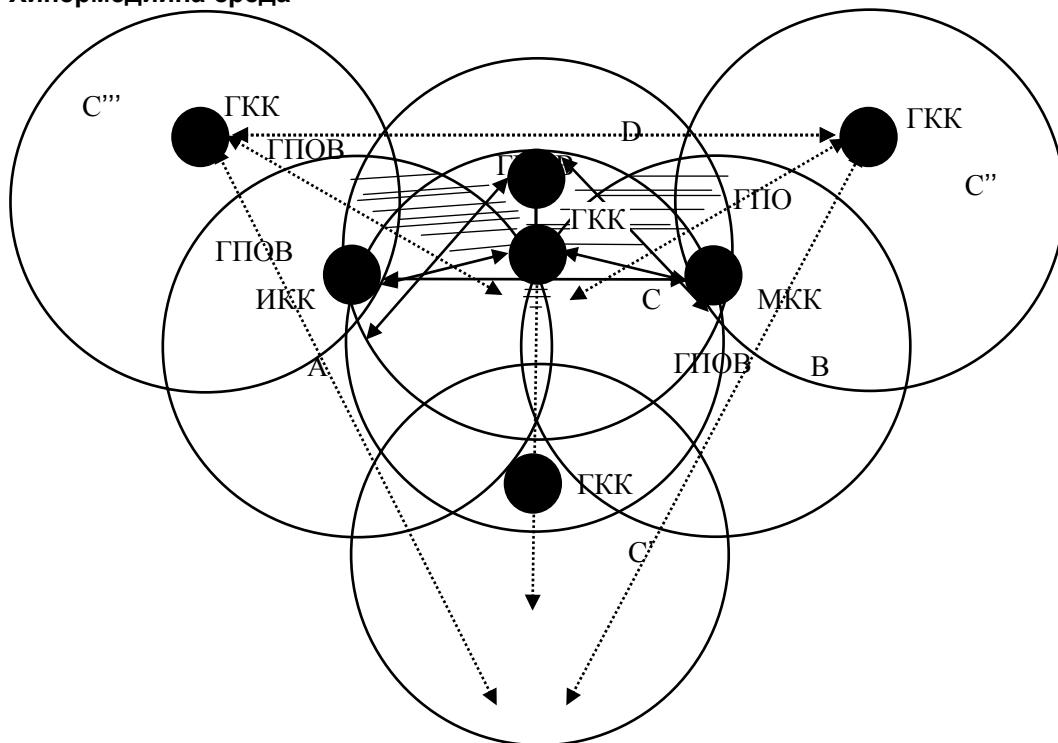
При определянето на признаците трябва да се отчете влиянието на "полето на опита" (Шрам) при различните типове комуникационни връзки (**Фиг. 1).**

Фиг.1. Взаимодействие на масовокомуникационните, институционално /организационните (управленските), груповите и индивидуалните (междучичностните и вътрешноличностните) комуникационни канали

² / "... съществено е не което и да е намаляване на неопределеността, а само това, в резултат на което възниква знание, което може да послужи като ръководство към действие. Поради това от цялото разнообразие от сигнали, които постъпват в нея, кибернетичната система избира именно **ценното, полезното разнообразие, което води към осъществяването на целта на управлението** – подч. мое, П.Б." – вж. Управление, информация, интелект, цит. съч., с. 190.

³ / Молхов специално отбелязва, че освен теорията на игрите, така също и моделите на хаотичното поведение са прилагани при изследвания, проведени в САЩ - Молхов, М., Към нови подходи при емпиричните социологически изследвания – В: Перспективи пред социологията в България, С., 2001, с. 68 – 90.

Хипермедийна среда



Хипермедийна среда

Легенда:

ИКК – Индивидуални (междучичностни и вътрешноличностни) комуникационни канали;

ГKK – Групови (вътрешногрупови и междугрупови) комуникационни канали;

И/ОКК – Институционални/организационни (управленски) комуникационни канали;

МKK – Масовокомуникационни канали;

А – Поле на опита на индивида

В – Поле на опита на средствата за масова комуникация (?) който включва и усвояването на техниката на Agenda Setting (открояване на главното)

С – Поле на опита на групата; **С'**, **С''**, **С'''** – Поле на опита на друга група

Д – Поле на опита на институцията/организацията

— Права на обратна комуникационна връзка

↔ – Групова права и обратна връзка (ГПОВ)

На фигурата различаваме комуникационните канали – правите и обратни връзки, чрез които се осъществява комуникацията в изследвания модел, според съдържанието на **изискване девет**.

Полето на опита (Шрам) при различните типове комуникационни връзки на **фиг. 1** се променя в:

поле на опита на средствата за масова комуникация (СМК), "В";

поле на опита на съответната институция (организация), "Д";

поле на опита на съответната група “С” и

в индивидуално поле на опита “А”.

Местата, където отделните полета на опита **се припокриват** и които са показани на **Фиг. 1**, показват местата или зоните, където е възможно да регистрираме еднакво (или приблизително еднакво) въздействие на различните социални фактори или признаци, а и на личностните характеристики върху комуникацията.

За припокриваните отделни полета на опитността са характерни определени начини на осъществяване на комуникацията в отделните случаи, както и специфични пространствени и времеви параметри, които ги определят. На тази основа е възможно да бъдат извлечени необходимите за анализа признаци.

Други признаци следва да бъдат потърсени в натрупаните умения (масовокомуникационни, институционално-организационни или управленски, професионални, групови и индивидуални), в навиците, в равнището на знанията, интересите, очакванията, ценностите и перспективите за понататъшното съществуване на отделните хора и на членовете на групите.

В същия смисъл различаваме социални позиции и роли, които определят различни признаци с обективен или субективен характер – (обективни), пола, раса и етническа принадлежност; (субективни), социално-икономически статус, доход, образование и т.н.

единадесето, при увеличаването на пространството, където се припокриват отделните видове “опитности” **нараства вероятността** от еднакво (или от приблизително еднакво) въздействие върху комуникацията на различните социални фактори или признаци, а и на личностните характеристики на ангажираните в комуникацията лица. На

емпирично равнище този процес на **“уеднаквяване на полетата на опитностите”** предполага укрепване на институционално-организационните (управленските) комуникационни връзки с масовокомуникационната институция. Технологиите, която допринася за това е Agenda Setting – “Установяването на дневния ред” (или “Открояването на главното”, С. Ле Рой Уилсън).

На индивидуално-групово равнище **“уеднаквяването на полетата на опитностите”** предполага обособяването в предметите на комуникацията на съдържание, известно (познато) на нейните участници, т.е., това е предметно съдържание, което има пряко или непряко отношение към техния собствен жизнен опит.

На групово равнище **“уеднаквяването на полетата на опитностите”** на свой ред предполага извършването на подобен анализ;

дванадесето, структурно-функционалните и динамичните аспекти на комуникацията, според кибернетичната им интерпретация намират проявление в нейните цели, осъществявани на равнищата на социалното взаимодействие – масовокомуникационното, институционално-организационното (управленското), груповото и индивидуалното. В този контекст следва да бъдат потърсени признаци, които отразяват взаимодействието между формално-структурната и предметно-съдържателната страна на комуникацията.

На основата на различните критерии и на изискванията, които произтичат от тях може да се направи опит да се пристъпи към следващата фаза (етап) от процеса на моделирането, а именно – към построяването на самия модел в математически вид или чрез използването на друга методика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристотел. Реторика, С., 1986.
2. Бестужев – Лада, И. В. В. Н. Варыгин, В.А. Малахов. Моделирование в социологических исследованиях, М., Н., 1978.
3. Бирюков, В.Б., А. Д. Урсул и Г. Н. Поваров. О развитии понятия информации. В: Управление, информация, интеллект, М., 1976, с. 175 – 178.
4. Бонев, Хр. Социология на журналистиката, С., 1982.
5. Братанов, П. Оптимално моделиране в социалната комуникация, С, 2005.
6. Братанов, П. Функционалност на социалната комуникация, С., 2004.
7. Братанов, П. Модели на социалната комуникация, С., 2003.
8. Винер, Н. Новые главы кибернетики, Сов. Радио, 1963.
9. Касирер, Е. Есе за човека, С., 1996.
10. Кибернетика и современное научное познание, М., 1978.
11. Молхов, М. Към нови подходи при емпиричното социологическо изследване – В: Перспективи приз социологията в България, С., 2001, с. 68 – 90.
12. Ничев, А. Предговор, встъпителна студия към изданието на български език на “Реторика” на Аристотел, С., 1986.
13. Чакалов, Б. Изследване динамиката на общественото мнение, С., 1988.
14. Шеннон, Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука, М., 1978.
15. Baudrillard, J., Selected Writings, Cambridge: Polity, 1988.
16. Becker, S. L. Discovering Mass Communication. Scott, Foresman and Company Glenview, Illinois, 1983.
17. Black, J., J. Bryant. Introduction to Mass Communication, WCB, Wm. C. Brown Publishers, 1992.
18. Lazarsfeld, P., B. Berelson, and H. Gaudet. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, 3rd ed., New York, Columbia University Press. 1968.
19. McQuail, D. Mass Communication Theory. An Introduction, Sage Publications Ltd, London, 1989.
20. Wiener, N. Cybernetics. 2 nd ed., New York, John Willey & Sons, 1961.