

КОМУНИКАЦИОННИ МОДЕЛИ И ИНФОРМАТИЗАЦИЯ

гл. ас. д-р. Мария Неделчева Манева

Бургаски свободен университет

***Резюме:** В настоящия текст ще се спрем на класически модели на комуникация, чрез които да се обясни и доразвие перспективата на Интернет. В хронологичен вид се представя развитието на комуникацията. Акцент се поставя върху масовата комуникация и нейни специфики. За да се отиде към следващата фаза в развитието на медиите – Интернет. В разгърнат вид са представени компонентите на информационното общество и прочитите за него от водещи изследователи. Направен е и сравнителен анализ между масовото общество и мрежовото общество.*

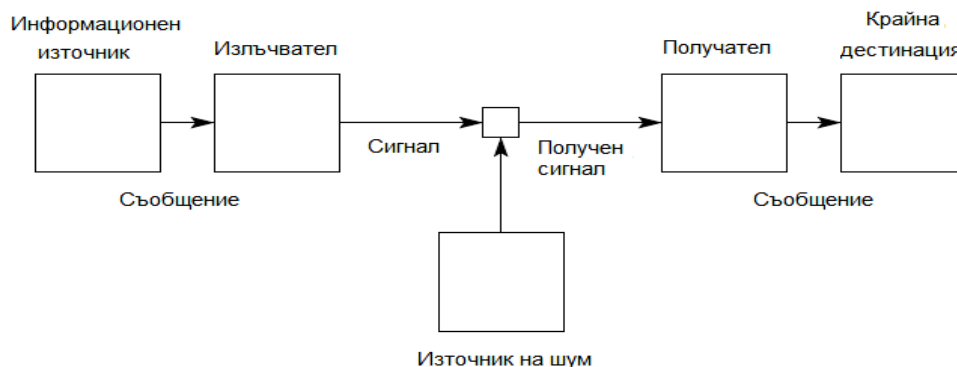
***Summary:** In this text we will focus on classical models of communication through which to explain and develop the perspective of the Internet. In chronological order presents the development of communication. Emphasis on mass communication and its specifics. To go to the next phase in the development of the media - the Internet. In the exploded view are presented the components of the information society and reads to him from leading researchers. A comparative analysis between mass society and network society.*

В настоящия текст ще се спрем на класически модели на комуникация, чрез които да се обясни и доразвие перспективата на Интернет. В хронологичен вид се представя развитието на комуникацията. Акцент се поставя върху масовата комуникация и нейни специфики. За да се отиде към следващата фаза в развитието на медиите – Интернет. В разгърнат вид са представени компонентите на информационното общество и прочитите за него от водещи изследователи. Направен е и сравнителен анализ между масовото общество и мрежовото общество. Обръща се внимание на диференциацията между традиционни и нови медии. По този начин се открояват ключови характеристики на онлайн журналистиката. Разкрита е диференциацията по признака директна-индиректна комуникация и носителите ѝ (визира се комуникационния канал). Каналът, по който се пренася съобщението, влияе на комуникацията в нюанса ѝ директност/индиректност.

Теоретични модели на развитие на комуникацията

Компонентите на информационните системи са: **вход, кодиране, пренасяне, декодиране и изход на информацията.**

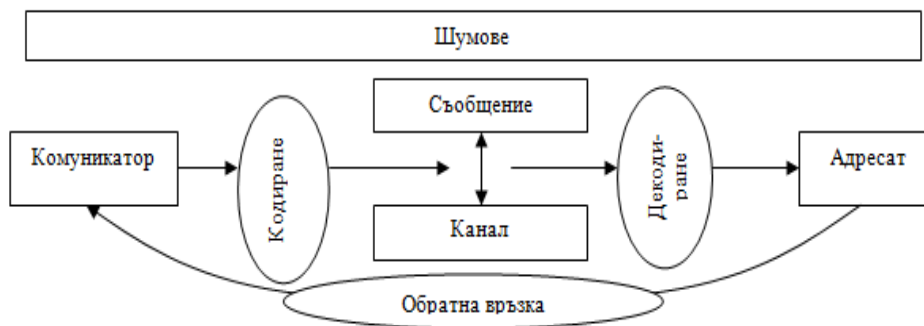
От техническа гледна точка **Шенън** (Shannon) описва комуникацията в Математическа теория на комуникацията през 1948 г. Схематично комуникацията е изобразена във фигура „Схематична диаграма на обща комуникационна система“. Комуникацията се състои от информационен източник, излъчвател, получател, крайна цел, както и шум, създаван от определен източник.



Фиг. Схематична диаграма на обща комуникационна система

Интернет включва в себе си тази комуникационна система, но я доразвива и добогатява.

Шенън доразвива своя модел в т.нар. Модел на **Шенън и Уивър**. Техният модел представлява единна система от шест елемента и комуникационни средства: източник, съобщение, канал, приемник, шум, обратна връзка (въведена по-късно); и два процеса – кодиране и декодиране.



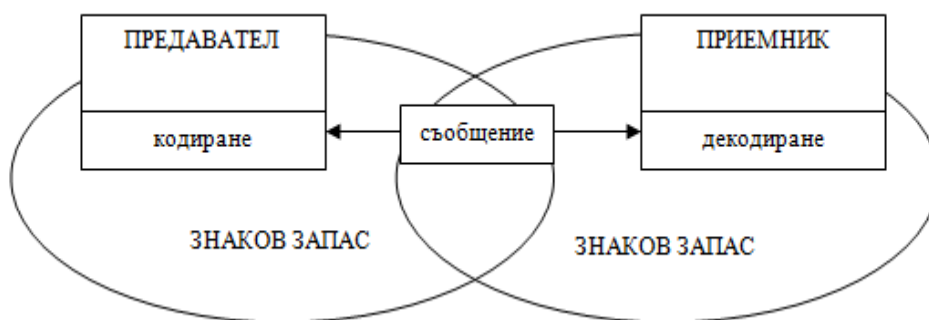
Фиг. Модел на Шенън Уивър

Норберт Винер – американски математик, известен като баща на кибернетиката – поставя акцент върху обратната връзка като смята, че „разбирането на информацията може да бъде оценено само тогава, когато изпращащият съобщението получава обратна връзка като измерител на смисловото схващане на съобщението от страна на получателя”. Именно *обратната връзка*, при това мигновена, е иманентна част от характеристиките на Интернет и тяхно предимство.

Обратната връзка се добавя към модела на Шенън и Уивър. Обратната връзка доближава комуникацията към реалната практика на човешкото комуникационно взаимодействие. Въвеждането на този елемент представлява начален етап на модер-

ното разбиране за комуникацията като интерактивен процес – преминаването от линейната интерпретация на комуникацията към идеята за кръгов процес. Обратната връзка се разбира като информация, която пристига обратно при комуникатора след първоначалното изпращане на съобщението. Обратната връзка дава възможност да се разбере как е било възприето съобщението. Обратната връзка се явява индикатор по отношение на ефективността на комуникацията. Наличието на обратна връзка позволява да се прецени дали и доколко процесът е дал желаните от комуникатора резултат.

В комуникационния модел на Уилбър Шрам основният момент е знаковата общност, която не присъства в теорията на Шенън и Уивър. В модела на Шрам разбирането за комуникация е по-универсално и по-социологически ориентирано. Според Шрам комуникационният процес се състои от преработване на информация, организирана около обща ориентация по отношение на определени знаци (Шрам, 1992). Тази обща ориентация се определя от съвпадението на реферативните рамки (фонда от използваем опит) на комуникатора и реципиента.



Фиг. Комуникационен модел на Шрам

Социологът Харолд Ласуел, който в началото на своята изследователска работа се интересува от масова комуникация и пропаганда, представя същността на комуникацията във вид на формула, известна като „Петте К“ („the 5 W“). Той представя комуникационния процес посредством пет въпроса: Кой комуникира, какво казва, на кого го казва, по кой канал и с какъв ефект (Who says what to whom in which channel with what effect) (Ласуел, 1992). Тази формула, също както формулата на Шенън и Уивър, се смята за една от класическите комуникационни концепции. Тя показва участниците и процесите в комуникацията: **източникът** (кой?); **съобщението** (какво?); **каналът** (кой канал?); **реципиентът** (кому, на кого?) и **последствията** (какъв ефект?).

Формулата е в основата на нов модел, който разграничава отделните структурни елементи на комуникационния процес. Въз основа на предложеното от Ласуел разделяне на ролите на участниците, са набелязани и сферите на изследване на комуникацията в съответствие с: изследване на управлението, изследване на съдържателната страна на комуникацията, изследване на канала и комуникационната среда, изследване на аудиторията и изследване на комуникационното въздействие.

Кой?	Казва какво?	По какъв канал?	На кого?	С какъв ефект?
Комуникатор	Съобщение	Канал	Получател	Ефект
Изследване на управлението	Изследване на съдържанието	Изследване на медията	Изследване на аудиторията	Изследване на въздействието



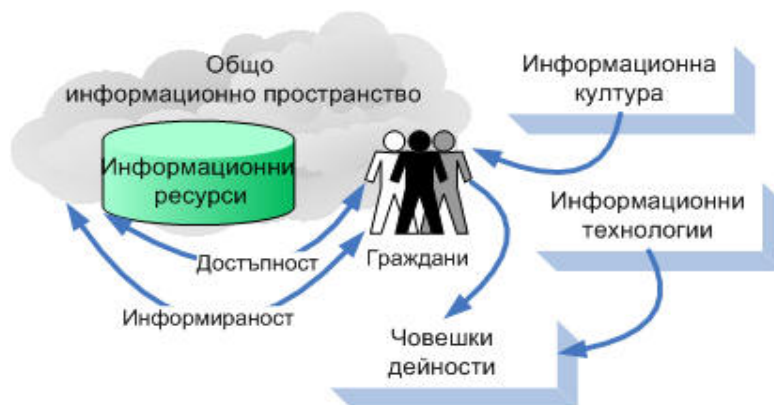
Фиг. Формула на Ласуел

Източник: http://www.eeldy.com/j676/images/ks_fig4.gif, посетен на 12 септември 2009 г.

Теоретици и практики като **Уолтър Липман**, **Едуард Бърнайс** и **Харолд Ласуел** предлагат исторически прочит на нарасналата важност на комуникацията в модерното общество. Моделът на Ласуел изследва ефектите в масовата комуникация.

Маршал Маклуън акцентира върху канала за пренасяне на съобщението. Твърди, че развитието на технологиите влияе върху същността на съобщението. Лайтмотив е: „The medium is the message” (средството е съобщението). Изследователи в това направление смятат, че модерната комуникация е преимуществено дигитално-визуална в резултат на развитието на глобалната телевизия, Интернет и телекомуникациите. Ефективността на едно съобщение е повлияна както от съдържанието, така и от формата.

Информацията е основен ресурс. Дейността и битието на хората зависи от тяхната информираност и способност ефективно да използват наличната информация.



Информационните технологии са интегрирани във всички сектори на общество. Технологии, инфраструктури, приложения и услуги са достъпни и пригодни за всеки, по всяко време и навсякъде, независимо от типа потребител - правителство, бизнес, неправителствени организации или за индивидуално използване.

Развитие на информатизацията

Правилата при реализация на информатизацията са следните: стремежът към икономически ръст не се поставя на първо място; сменя се икономическата структура, основана на тежка промишленост с такава, базираща се на “научни” отрасли; информационният сектор се развива с приоритет; създават се нови инфраструктури в сферата на услугите; масово се използват световните достижения на науката и техниката; създават се условия за инвестиране на държавни и частни средства в процеса на информатизация.

В началото на 80-те години на 20 в. теоретици на информационното общество са **Йонеджи Масуда, Джон Нейсбит, Николас Негропonte**. Очакванията са оптимистични. Очакват се позитивни, радикални промени в икономиката, политиката и културата – постигане на по-висока производителност на труда, по-голяма заетост на пазара на труда, развитие на демократичните практики чрез включване на все повече хора в процесите на вземане на решение.

Социалната реалност внася песимизъм за информационното общество. **Нийл Поустмън, Теодор Росзак и Франк Уебстър** са повлияни от постмодернизма. Те постулират, че развитието на информационните и комуникационните технологии ще подсилят социално-икономическите несъответствия, ще предизвикат неравенство, като създадат пропаст в знанието и образованието. Хората ще загубят социална ориентация в технологичното развитие. Ще се засили контрола върху личността, ще се манипулира индивидуалното и масовото съзнание, ще се раздели обществото на имащи достъп до информация, притежаващи компютърна грамотност, умеещи да работят в новата информационна среда и други, които не притежават тези умения.

Лех Захер обобщава тенденциите и проблемите, свързани с развитието на информационните и комуникационните технологии. Базовите характеристики на социума в развитите страни са следните:

1. Високотехнологичната индустрия води до свръхнапрежение в бизнеса.
2. Развит информационен сектор (info economy, e-economy) – води до технологично обусловена безработица.
3. Развит и ефективен научно-изследователски сектор – води до милитаристична ориентация на научните изследвания.
4. Широко потребление на наукоемки и високотехнологични стоки и услуги – води до комерсиализация, игнорираща основните социални цели.
5. Наситена, ефективна и достъпна комуникационна инфраструктура – води до неравенство в достъпа до знания и информация.
6. Добро масово образование (вкл. компютърна грамотност) – води до диференциация на елити и масови университети.
7. Висока технологична култура.
8. Демократични политики, развита публична сфера.
9. Неправителствени организации, гражданско общество – води до комерсиализация, ерозираща мисията и ценностите на социума.

Интернет прави разделителна линия между информационно бедни и информационно богати страни.

Според **Макмърдо (McMurdo)** *информационните технологии* имат следните характеристики: технически характеристики – мигновено доставят информация; дават възможност за създаване на множество копия; едно копие е достъпно за много

хора; нови, по-малко линейни, възможности за четене. Съдържателни характеристики: достигането до консенсус отнема повече време, но участието е по-равностойно. В Интернет социалният статус не е от толкова съществено значение, както в традиционните и модерните общества. В Интернет няма строг етикет или широко разпространени норми. Съвместната работа може да е независима от време и пространство. Комуникацията може да съдържа аспекти и на писменото, и на устното взаимодействие. Интернет позволява нови организационни структури – например форуми, в които участват неформални общности. За да участваш в новите организационни структури на Интернет – форуми, скайп, да четеш сайтове - са необходими специални средства – компютър, интернет, за да има „екстри“ е нужна компютърна периферия. Камерата, микрофона, тонколоните допринасят са по-високата степен на идентификация, по-пълноценната връзка със събеседника.

Дигиталните медии обединяват комуникационните канали – печат, радио, телевизия. В началото на 21-ви век става трансформацията на старите медии в нови медии. До началото на 21-ви век старите медии механично се пренасят в онлайн среда.

През 60-те години **Маршал Маклуън** (McLuhan) изковава израза „глобално село“.

Мрежата изважда като фактор киберпространството, т.е. медията. Информационното пространство е атопия – място, което няма място, нещо извън пространството. Атопичното информационно пространство е без минало и бъдеще. Информацията сама по себе си е статична. Комуникацията я зарежда с динамика.

Ще направим сравнение между масовото общество и мрежовото общество. (Тофлър, Кастелс – виж) Масовото общество е съставено от колективи (групи, организации, общности), то е хомогенно. Мрежовото общество е съставено от индивиди, свързани чрез мрежата, то е хетерогенно. Масовото общество е с локален обхват. Мрежовото общество е с глокален обхват – глобален и локален. В масовото общество има висока централизация. В мрежовото общество има ниска централизация – полицентричност. Всеобхватността в масовото общество е висока. Информацията от медията се разпространява сред широка аудитория. Общността е физическа и еднообразна. На организационно ниво има вертикална йерархия, бюрократична система. Основен вид комуникация е лице-в-лице. Съществуват масови медии за широко разпространение. Малък брой медии. В мрежовото общество информацията достига до отделния индивид. Общността е виртуална и разнообразна. Организацията е инфокрация. Комуникацията е опосредствана. Наличие на интерактивни медии за тясно разпространение. Голям брой медии.

Според **Скот Лаш** (Lash) характеристиките на информацията в технологично наситената медийна среда са **интегрираност, нелинейност, поток, прост-ранствено-времева компресия, разпространение и употреба в реално време**. Тъй като съвременното общество е информационно, то притежава същите характеристики. Мрежовото общество е общество на глобалните комуникации и потоци, в което възникват комуникационни общества.

Чл. 3. от Закона за радиото и телевизията определя медийните услуги като линейни и нелинейни. „(2) Линейни са медийните услуги, предоставени от доставчик на медийни услуги за едновременно гледане/слушане на предавания въз основа на програмна схема. (4) Едновременното гледане/слушане включва краткия промеждутък между предаването и приемането на предаването.“

(3) Нелинейни (медийни услуги по заявка) са медийните услуги, предоставени от доставчик на медийни услуги за гледане/слушане на предавания в избран от потребителя момент по негова лична заявка въз основа на каталог на предавания, подбрани от доставчика на медийни услуги“. Въпреки че в Закона се говори за радио и телевизията нелинейните медийни услуги се отнасят и за Интернет.

В електронните култури еволюира понятието „комуникация“. Комуникационната теория се базира върху идеите на Шенън. С развитието на съобщителната техника се преминава от „комуникация, подпомагана от машини“, през „телекомуникация“, а с експанзията на компютърните технологии – в „компютърно опосредствана комуникация“. Преносът на материя (механичната ера), а после и на енергия (електромеханичната ера) е заменен с пренос на информация (електронната ера) (Бел (1976) по Буркарт 2000), чието продължение е ерата на интегрираната мрежа или ерата на незабавната комуникация (Instant Communication Age).

Човешкото развитие в електронно отношение според **Броуди** преминава през Кабелна ера (1845 - 1900), Безжична ера (1901-1970), Интегрирана мрежа (1971 – до днес).

Развитие на човешката комуникация според **Теме** е съставена от Ера на знаците и сигналите; Ера на речта и езика; Ера на писмеността; Ера на печата; Ера на масовата комуникация; Ера на информационното общество. Съобщението се променя по следния начин според ерата, в която се намира: Невербално./ Вербално./ Писмено. /Писмено, Звуково, Визуално./ Мултимедийно, където средството за комуникация е компютърно-опосредстваното.

Развитие на медиите: Тяло./ Светлинни вълни./ Глинени плочи, хартия, ръкописни книги./ Печатни произведения, аналитичен компютър./ Факс, телеграф, телекс, телефон, радио, кино, ТВ, аудио и видеомагнетофон./ Цифрови радио и ТВ, цифров компютър, „телематични медии“ (видеотекст, телетекст, видео по заявка, платено предаване)./ НОВИ МЕДИИ: CD-1, цифрови и безжични телефони, персонален и преносим компютър, компютърна (сателитна) мрежа, Уеб – ТВ. /Мултимедия./ Хипермедия.

Видове комуникация: Лице-в-лице комуникация (Директна, непосредствена); Междудуличностна; Масова комуникация (Индириктна, Опосредствана); Комуникация, подпомагана от машини (Индириктна, Опосредствана); Компютърно опосредствана комуникация.

В заключение ще обобщим, че в текста се спряхме върху теориите и развитието на комуникацията. Обърнато е внимание на масовата комуникация и информационното общество, а също и обосновката на изявени учени. Сравнителният анализ между масовото общество и мрежовото общество разграничава традиционни от нови медии.

Библиография:

1. Dermendzhieva, Greta. Onlain jurnalistika. Mediite v digitalnia svjat. S., 2012, Universitetsko izdatelstvo „Sveti Kliment Ohridski“, p. 9-40.
2. Dumite na medijnia prehod, s. 93-97; s. 15-20; s. – 30
3. Zakon za radioto I televiziata, s.1-2.