

## **ИНФОРМАЦИОНЕН КРЪГОВРАТ**

**(Система-създател – система-източник – система-приемател)**

**ЛЪЧЕЗАР ТОЧЕВ**

**Information Circles**

**(Creator system - source system - receiver system)**

**Lachezar Tochev**

**Резюме:** От възникването на социалните факти до превръщането им в социално-значима информация протича процес, сходен с кръговрата водата в природата. Можем да обособим няколко субекта, които взаимодействат: създаващият социалния факт, а именно Системата-създател, Системата-източник на обществено значима информация, която представлява съвкупността от субекти и техните взаимоотношения, които притежават ролята на разпространители на обществено-значима информация. Системата-приемател, към която се включва и система-източник. Така кръговратът се затваря. Енергията, която е нужна да се движи този кръговрат, можем да открием в стремежите на отделни групи от обществото да направляват възловите социални дейности – капиталите, начините на производството и преразпределението.

**Ключови думи:** социален факт, създател, източник, приемател

**Abstract:** From the emergence of social facts to turning them into socially meaningful information, a process similar to circling water in nature takes

place. We can identify several entities that interact: the creator of the social fact, namely the Creator System; the system of publicly relevant information, which is the group of subjects and their relationships, which have the role of disseminators of publicly important information. The receiving system, which includes a source system. The circle closes. The energy we need to move this circle can be found in the aspirations of individual groups of society to guide the core social activities - capital, production and redistribution.

**Key words:** social facts, creator, source, receiver

Социален факт е всеки фиксиран или не начин на действие, способен да упражнява външна принуда върху индивида; или още, който е всеобщо разпространен в дадено общество и при все това запазва самостоятелно съществуване, независимо от индивидуалните си проявления...” (Дюркейм, 1994). От възникването на фактите до превръщането им в социално-значима информация протича процес, който можем образно да оприличим на кръговрата водата в природата. Събитието се случва в определена социална среда, сред част от потенциалната аудитория, така да се каже, дори с нейно участие. После влиза в информационните канали, част от които са медиите. Тези медии интерпретират фактите, всяка според комуникативната си интенция спрямо аудиторията, която си е определила за целева, разполагат ги в различни дискурси, и така информацията достига до по-широка аудитория. Разбира се, медиите не са единствените канали (Липман, 2001: 43), по които протича обществена информация, но тъй като в нашето ползрение са процесите, свързани с тях, другите канали няма да бъдат споменавани. В крайна сметка, информацията се връща там, откъдето е тръгнала, винаги в модифицирана интерпретация, различна от онази, която са й давали нейните „създатели”.

В този кръговрат можем да обособим няколко субекта, които взаимодействат. На първо място това е създаващият факта, на който предстои да се превърне в социален факт. „Създаващият” информация обаче никога не може да действа

сам, изолиран, независим от други обществени субекти и обществените отношения, които ги обвързват. Ако все пак това се случи в някаква изолирана обстановка, то действията на „създаващия“ едва ли биха могли да бъдат разглеждани в последствие като „социално значими“. Например, овчар коли агне, за да нахрани себе си и семейството си с месо. Този факт сам по себе си не би могъл да се превърне в „социален“, освен при някакви изключителни условия, които да го съпоставят с други сходни или противопоставящи му се факти, произведени от друг „създател“. Ако обаче това се случи на Гергьовден, този факт **МОЖЕ** да бъде превърнат в „социален“, като част от обичайното и ритуалното, присъщо на широк обществен кръг при дадените условия, а именно – празник, който се отбелязва именно с жертване на агне в името на покровителството на свръхестественото, олицетворено от християнския светец св. Георги, а месото на жертвеното агне се изяжда от хората. Тази съвкупност от субекти и техните взаимоотношения безспорно притежава характер на **система** и затова сме я нарекли „**система-създател на информация с обществена значимост**“.

Необходимият информационен посредник между ставането на събитието и превръщането му в обществен факт е **Системата-източник** на обществено значима информация, която представлява съвкупността от други субекти и техните взаимоотношения. Тя винаги е в тесни взаимоотношения със системата-създател Уолтър Липман споменава десетки организации, използвани като информационни канали, успоредно с медиите, с цел да се създадат нужните нагласи в обществото, за да бъде взето решение САЩ да се включат в Първата световна война. (Липман, 2001: 40-42). Тя дори може напълно да съвпада със системата-създател, но не винаги е така. Бихме могли да назовем тази система и проводник на информация, но няма да бъде коректно. Всеки канал, по който протича социално значима информация, създава възможности за процес на общуване с потребителя, докато при проводника съществува голяма доза задължителност за протичането ѝ. Потребителят консумира информацията само и единствено, ако разпознае кода, дори да го разчете погрешно. Ако кодът не е

разпознат, то не се осъществява информационен поток, няма комуникация. Всеки ден медиите и други институции (играещи ролята на системи-източници или проводници на такъв тип факти – КАТ, или училищата, например) подават информация за тежки пътни инциденти, при които загиват хора и призовават да се спазват правилата за движение по пътищата, за да се спаси човешки живот. Животът е основният интерес на всеки човек, но въпреки това катастрофите продължават, тъй като групи от хора не обръщат внимание на призивите. Те просто не разпознават този код, тези съобщения не се отнасят до тях, с тях няма комуникация. Но съобщенията съществуват в общественото пространство като възможност за възприемане от други потребители. Следователно, онези системи, които ги подават, не могат да бъдат наречени проводници, а по-скоро са източници, които се използват само от онези системи-приематели, които разпознават в тях кода и го разчитат, всяка по своему.

Не рядко дори системата-източник се идентифицира с канала, по който протича самата информация, а именно – медиата, която първа е подала данните към обществото, към аудиторията. Тази идентификация е отколешен стремеж на повечето медии. Но когато тези процеси са свързани с обществени институции, тенденцията е по-скоро обратната - за разграничаване между създател и източник, при това колкото е възможно по-дистанцирано, а именно, създават се под-институции, които да управляват обмена на информация с обществото, наемат се напълно чужди на институцията организации със същата цел – „Пресслужбите на властта винаги задават основните теми на журналистиката. На Запад - още повече, отколкото на Изток”. (Димитров, 2000: 367)

Ето какво е констатирал дипломат от ФЖМК при паралелния анализ на БТА и агенция „Фокус”, който е работил и в двете агенции: „Информациите при извънредни политически събития намират отражение под формата на съобщения, изпратени до БТА – на нея се предоставят първо с презумпцията, че всички медии и държавни ведомства поздравят агенцията като източник на информация. При агенция Фокус е възможно по-голямо влияние не от правителството, а от страна на рекламодатели и нейни клиенти... Показателен е

примерът с... фармацевтичната фирма, която е основен рекламодалател и в сайта, и в радиостанциите. Новините около дейността на фирмата се публикуват с червен цвят. Често на страниците на агенцията се публикуват интервюта без да има основателен информационен или друг повод за това.

Зависимост на агенция Фокус може да има не толкова от настоящи управляващи партии или личности от властта, колкото от такива, които са в опозиция или още не са се наложили в политическата сфера. Възможността за тази зависимост произтича от специфична услуга – организирането на политически кампании”<sup>1</sup>.

Уолтър Липман много образно разкрива създаването на факта и превръщането му в обществено събитие: „Въпросът е в това, че преди серията от събития да се превърне в новина, обикновено трябва да бъде забелязана чрез някакво до известна степен явно действие. Обикновено това се прави грубо и недоцялано... Трябва да се случи нещо съвсем безспорно, при това във форма, която не може да се сбърка... Трябва да има някаква публична проява. Нужно е ходът на събитията да придобие ясна форма и докато той е във фаза, при която само отделни аспекти се възприемат като завършен факт, новината не би могла да бъде отделена от океана на предполагаемата истина.” (Липман, 2001: 272-273).

**Системата-източник** играе двойствена роля – тя служи както за проводник на информация от системата-създател към системата-приемател, така и за филтър на част от същата тази информация. В някои случаи, макар и крайни, като война, тоталитарни и авторитарни режими на социално управление, а и при силни корупционни практики във възлови институции, системата-източник може да служи и за плътна бариера на информацията (Липман, 2001: 31-42).

Именно тя е онази, която прави окончателната оценка на фактите – преценява дали са стигнали фазата на „обществената информация” или все още „плуват” в „океана на предполагаемата истина”. От това зависи и как информацията ще бъде интерпретирана пред публиката: изпреварващо – със съответната доза

---

<sup>1</sup> **РАЙКОВ**, Александър. (2006). *Агенция „Фокус”, конкуренция на пазара на информацията, Дипломна работа.* ФЖМК.

условности, репортажно – в момента на ставането, с цялата му емоционалност, пост фактум – безпристрастно („информираме ви, че...”), или аналитично-провокативно.

В системата-източник се ражда жанрът на журналистическата интерпретация. Системата-приемател на информация с обществена значимост включва не просто онези субекти, към които е отправено съобщението, а преди всичко онези от тях, към които е отправено посланието и се очаква някаква реакция. Системата-приемател не е цялата аудитория, а целевата аудитория, адресатът. Естествен стремеж на всяка система-източник е да разширява до максимум системата-приемател, при възможност – да включи в нея цялата обществена система, нещо, което само по себе си е твърде малко вероятно, дори в общества с тоталитарно на обществено управление. Подобни цели не са присъщи на системата-създател, освен в случаите, в които тя не съвпада със системата-източник или с канала/медиата. Към системата-приемател неизбежно се присъединява ако не цялата система-източник, то поне нейни важни елементи, които отговарят за организирането и протичането на информационния процес. Така кръговратът се затваря.

Енергията, която е нужна да се движи този кръговрат, можем да открием в стремежите на отделни групи от обществото да направляват възловите социални дейности – капиталите, начините на производството и преразпределението, самия процес на обществената комуникация (Чомски, 2005: 22, 510).

Тази сила може да бъде конструктивна или деструктивна в обществен план, но оценката можем да наречем по-скоро предмет на историята. Все пак, когато въздействието върху общественото мнение се оценява като положително (конструктивно по отношение на общественото развитие), то „манипулация” се заменя с термина „възпитание”, а когато се преценява като отрицателно (деструктивно) – „манипулация” се степенува до „лъжа” (Райчев, 2000: 344).

## **ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА**

**ДИМИТРОВ**, Румен (2000). Медии и митове в Източна Европа. В: **ЛОЗАНОВ**, Георги и Орлин, **СПАСОВ** (ред.) Сборник *Медии и митове*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“.

**ДЮРКЕЙМ**, Емил (1994). *Избрано*. София: ИК “Критика и хуманизъм”.

**ЛИПМАН**, Уилям (2001). *Общественото мнение*. София: ЛИК.

**РАЙЧЕВ**, Андрей. Постмодерната лъжа. В: **ЛОЗАНОВ**, Георги и Орлин, **СПАСОВ** (ред.) Сборник *Медии и митове*. София: УИ „Св. Кл. Охридски“.

**ЧОМСКИ**, Наом. (2005). *Необходимите илюзии*. София: ИК „Бард“.