

"Н.И.Е И МНОГОСТЕПЕННИТЕ ПОТОЦИ НА КОМУНИКАЦИЯ", Н.И.Е - НОВИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ЕСТУАРИ

Ирина Теодорова Миндова

четвърти курс, спец. „Медии и журналистика“

УНСС - София

Трета награда

„N.I.E. AND THE MULTILEVEL FLOWS OF COMMUNICATION” “N.I.E – NEW INFORMATIONAL ESTUARIES”

Abstract: *The technological progress has led us to the new boundaries of the knowledge and perception. We, as individuals, as groups and as humanity gain great amount of layered data. We share it, we transfer it, we enrich it and we recreate it. Because of the informational estuaries such as web sites, blogs, forums, internet libraries and social networks, our movements on the Internet are reflecting together and forming new multilevel flows of communication. The internet society is more powerful, active and aware of the reality in the world than ever. And it needs to be leaded... and controlled.*

Key words: *technological progress, new boundaries, layered data, informational estuaries, multilevel flows of communication, internet society, leaded and controlled.*

Светът днес изживява своята информационна революция. Информацията циркулира в своята многостранност и изменчивост непрестанно, оформяйки „релефа“ както на медийното пространство и канали, така и на аудиторните възприятия и реакции. Взаимната икономическа, религиозна, енергийна и военна зависимост между отделни групи, нации, държави и съюзи предизвиква постоянен обмен на различни потоци от информация. Масовата употреба на интернет генерира огромна събирателна база на тези потоци, намесвайки в тях субективни частни мнения, коментари, спекулации, а много често – нови факти и документи. В резултат на тази непрекъсната акумулация на данни се пораждат нови събития, интереси и отношения. Хората днес се превръщат не просто в свидетели, но и в активни участници в повечето събития във и извън пределите на страната си. Достигнато е ново, трето ниво на комуникация – затварящо комуникационният кръг, измествашо стандартните (и познатите ни) етапи на събиране и разпространение на информацията.

Информационните естуари

Географското понятие естуар обозначава устието на река, която се влива в море или океан. Естуарът има фуниевидна форма, а смесването на морските и речните течения в него генерира голямо количество възобновяема енергия, която може да осигури 13% от световното потребление на електричество (данните са взети от доклад на Станфордския университет). Или по-символично казано – мястото, където смесването на различните потоци създава енергия с голям потенциал. В понятието инфор-

мационни естуари да се разбира интернет платформи за обмен, сортиране и трансформиране на данни, които могат да организират и обединяват различни хора за защита и преследване на локални, национални и интернационални интереси от всякакъв тип. Подобни платформи се характеризират с голяма и многопрофилна аудитория, активни потребители, които използват и генерират информация, възможност за пряка комуникация между потребителите и създаване на различни подгрупи, според обединяващо звено.

Такива платформи са: www.linkedin.com, www.twitter.com, www.facebook.com, www.wordpress.com, www.huffingtonpost.com и други.

Информационните естуари доказаха огромния си потенциал за мобилизиране на революционни групи по време на „арабската пролет“, организиране на смарт мобс (или още умни тълпи) за отстояване на различни социални и екологични каузи и събуждане на здравословна критична мисъл чрез многостранно разглеждане на привидно ясни въпроси (пропагандата за популяризирането на Джоузеф Кони).

През 1973 г. Максвел Маккомбс и Доналд Шоу изграждат теорията за създаването на обществения дневен ред чрез медиите¹. Според тяхната теория медиите определят кое е приоритетно важно за социума и по този начин изграждат представите и разбиранията на аудиториите си. През следващите десетилетия на разгръщане и развие на медийното пространство теорията, позната и у нас под наименованието „agenda setting“, добива нови измерения – „agenda building“ и рамкиране на акцентите в медиите. Вестници, радиа, телевизии диктуваха дневния ред на обществото. Поради високата информационна стойност на негативните новини медийния свят достигна максимални нива на бруталност (в реалния свят дори 12-годишни деца са ставали свидетели на виртуални убийства!). Аудиториите се събуждат с икономически кризи (радио), обядват с убийства (вестник) и заспиват с усещане за безсилие и незначителност (телевизионни новинарски емисии). Този постоянен и негативен информационен облак уморява хората, за това днес новата медийна форма – интернет е предпочитано място за набавяне на информация. В интернет пространството всеки самостоятелно моделира своя дневен ред. На потребителите е предоставен е избор какви новини да получават, кога и как да ги разглеждат, да разпространяват ли получената информация или да я критикуват и трансформират.

Много млади хора от различна националност избягват новинарските емисии и намират геополитическите въпроси за безинтересни. Наблюдаваната от години незаинтересованост на младото поколение, обаче, се изменя под влиянието на виртуалния свят. В хумористични и популярни сайтове като www.9gag.com все по-често се срещат силно политизирани и много коментирани публикации, грабващи интереса на потребителите и провокиращи любопитство и стремеж към допълнително запознаване с даден проблем. Българското общество се запозна със същността на международния договор АСТА именно чрез сайт за обмен на торент файлове и забавление, посещаван главно от хора на възраст между 16-35 години. Организацията за протестите срещу ратифицирането на въпросният договор се случи отново онлайн – този път в социалната мрежа „Фейсбук“.

В съвременния свят на надграждащи се научни постижения и непрестанен технически прогрес, политиката, икономиката и обменът на информация търпи трайни и

¹ *Agenda-setting-theory* е създадена от Максвел Маккомбс и Доналд Шоу през 1972 г. в изследването им върху влиянието на медиите по време на президентската надпревара в Северна Каролина през 1968г. Обект на изследването е взаимовръзката между степента на застъпеност на дадена тематика в медиите и нейната значимост за обществото.

безвъзвратни промени. Днес за първи път в съвременната ни история върховете (елитите) са толкова зависими от основите (масата) на социалната пирамида. Поради навлизането на нови медии и нови форми на общуване, достъпът до всякаква информация е опасно свободен за огромен брой хора. Контролът над тълпите стана почти невъзможен и в реален, и във виртуален план. Обикновени музиканти станават политици (Светослав Витков, България), лидери на мнение (Андрю Съливан, за www.thedailybeast.com), социолози (Gawker.com), политолози и разследващи журналисти (wikileaks.org). След „раждането“ на субективното медийно пространство – интернет, закономерностите за информационен обмен се измениха. Вече ние сме и новина, и новинар, и аудитория.

Човешкият фактор (интернет потребителите в нова роля)

7,004, 487,800. – общият брой на хората на Земята в момента според статистиката на www.worldometers.info. Докато приключи тезата, си населението на света ще е се увеличило минимум с още 300000 души. При такова голямо глобално село кой всъщност има значение? На фона на политическите и икономически елити, моделиращите бита ни медии, тълпите в мегаполисите и обединените групи къде е мястото на Човешката единица в картинката? Онази средностатистическа единица, която има задължението да консумира и да се подчинява на закона, с основно право да бъде свободен обект ... на икономически, геополитически и религиозни интереси.

Индивидът бяга виртуално от своята НЕ-свобода², която намира в лицето на социалните и държавни рестрикции, и търси елементарен отдушник за потискащата средата на социална самота, в която живее. Интернет пространството му предоставя (платен) достъп и до двете. Човешката единица заема своето място в системата от онлайн потребители на информационни, развлекателни и социални сайтове. В зависимост от интелектуалното и професионално ниво, целите и степента на недоволство у даден потребител или група потребители, интернет може да послужи за трибуна на провокативен лидер на мнение, поддържащ широк аудиторен кръг, протестна синдикална организация или дори терористична схема. Блоговете, форумите и социалните мрежи непрестанно бъдат информационни облаци от субективна информация, но сред ненужните данни често се срещат застъпващи се позиции, неправомерно „изтекла“ документация на частна фирма или държавна институция. Подобна база данни се генерира от потребители на световната мрежа за потребители на световната мрежа.

Маргиналните групи и новите форми на вертикална мобилност в социума. По определение маргинален означава „Периферен, изхвърлен, на границата човек (от латински *margo* – край) – човек, който се намира на границата на различни социални групи, системи, култури, намиращ се под влиянието на противоречащи си норми, ценности и т.н. Маргинална група от хора – това е група, отхвърляща определени ценности и традиции на културата на групата, в която се намира и утвърждаваща свои собствени норми и ценности. Социологическо понятие, обозначаващо „крайните, гранични“ положения на човека в социалните групи, които оставят определен отпечатък в психиката му. Понятието се е появило в американската психология през 1920 год.

² Отрицателна свобода или негативна свобода. Понятие, въведено от Исаия Бърлин през 1958 г. в Оксфордския университет. Обозначава липсата на препятствия, бариери и ограничения, но реална невъзможност за действие. Друг, а не индивидът предопределя действията му, въпреки наличната свобода във формален смисъл. Положителната свобода е възможността за действие, за поемане на контрол над собствения живот и реализиране на личните цели.

като определение на невъзможността за адаптация на емигрантите към новите социални условия.“ Изхождайки от това определение лесно бихме могли да си-туираме много и различни по социален, икономически статус хора, на различна възраст и със различно семейно положение в една или друга маргинална група. Погледнато по този начин днес всички сме емигранти в собствените си страни. Емигрираме от културата на безконтролно и ненужно свръх потребление, емигрираме от масовия вкус за облекло, музика, филми, подчинени на модата на уеднаквяването.

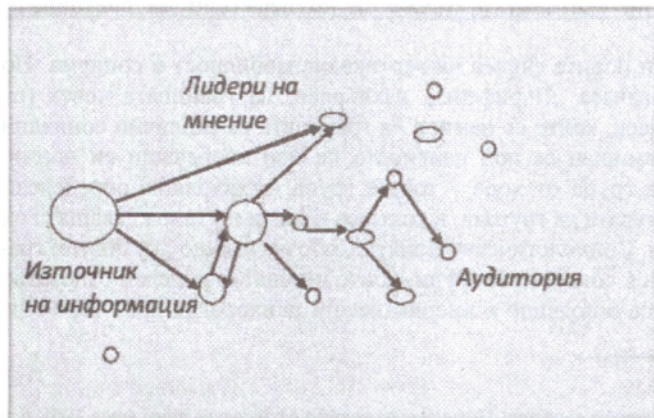
Социалната (само)изолация ни прави маргинални. Свободните пазарни и конкурентни отношения ни правят маргинални. Фройд говори за процес на сублимация или естествения стремеж на индивидите да загубят част от своята индивидуалност, за да се “роди” обществено полезното и стойностно. Няколко десетилетия по-късно след този процес на сублимация Хуберт Меркузе, обаче, отчита ново явление в поведението на социума- ДЕсублимация. Сливането на индивидуалности в еднообразна консумираща маса води до ново разслояване на същата. Човекът се опитва да се идентифицира след като сам е потънал в тълпата. „Интелектуалният и емоционален отказ да се върви “като другите” се оказва невротичен и импотентен.” – допълва още Меркузе. Следва масов синдром на неудовлетворение.

Неурегулираният добре държавен апарат натрупва недоволство у хората, когато става ясно, че не е създаден да работи за тях, а за общия интерес, пречупен през субективизма на пазара. Идва даден момент, в който откъснатите групи и индивиди намират инструмент за промяна на статуквото (движението „Окупирай Уолстрийт“). Маргиналните групи създават свои канали на информация, използвайки общия поток на комуникация – интернет. Изграждат третото ниво на комуникация – те стават лидерите на мнение, те стават източникът на информация, от който медиите черпят новини, факти и разкрития. (Недоволният държавен чиновник публикува корупционните механизми за източване на ДДС в wikileaks.org., Будната съвест на санитар, работещ в нехуманна болница за душевно болни, се излива в личния му блог в log.bg и др.)

Двустепенен поток на комуникация

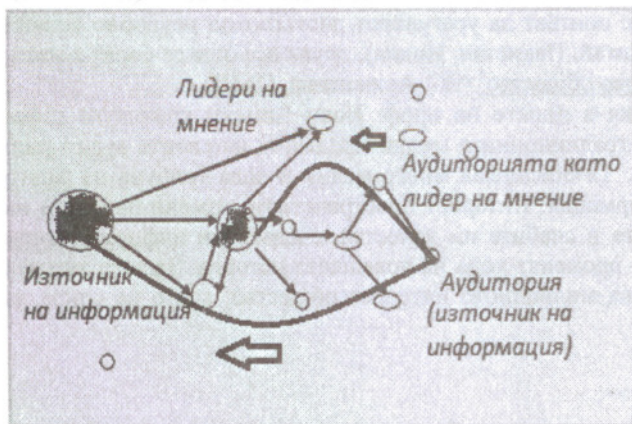
През 1944 г. Пол Лазерсфелд развива хипотезата си за двустепенния поток на комуникация, който

циркулира от източниците на информация към лидерите на мнение до по-широка аудитория. За времето си хипотезата е изключително точна, но след навлизането на интернет и задълбочаването на глобализационния процес в световен мащаб общата картина за медийната реалност се усложнява още повече.



Фигура 1. Двустепенен поток на комуникация

Многостепенен поток на комуникация



Фигура 2. Многостепенен поток на комуникация

За първи път в историята ни имаме такава информационна система, която функционира вече като тристепенен поток на комуникация: от масовите медии, към лидерите на мнение до широката аудитория и отново в масовите медии. Кръгът е затворен, тъй като масовата аудитория вече има силата и властта както като потребител на информация, така и като лидер на мнение и източник на информация.

Систематизирано представено съвременната картина на мрежовото общество изглежда така:

- 1 – реално събитие (новина);
- 2 – интерпретации от страна на елитите и лидерите на мнение и информиране на широката аудитория;
- 3 – ответна реакция във виртуалното медийно пространство, която събужда нови интерпретации и реални събития, както и нови лидери на мнение.

Аудиторията създава онлайн медийни продукти. Блогове, клипове, социални експерименти, протестни организации и дори революционни политически шабове. Днес решения се взимат в реалността, а 2/3 от организацията се случва в глобалната мрежа.

Контролът над комуникационните потоци и информационните естуари

Онлайн обществото издига свои нов вид лидери, на чието мнение да базира собствените си перспективи. Тези лидери може да нямат визуален облик, нито икономически или образователен ценз, но афишират позицията си по важен за мнозина проблем и то – по достъпен начин. Повечето популярни и уважавани онлайн лидери са блогъри, които акумулират достоверна и критична информация в своите страници. Много от техните публикации намират отклик в стандартните медии и стартират вълна от отзиви.³ Именно подобна активност в мрежата се явява заплаха за различни корпорации, политически организации и познатият ни досега ред. Сайтът Wikileaks е разследван и до днес за публикуването на засекретени правителствени телеграми на САЩ. Китай, от своя страна, даде краен срок за регистрация на всички блогъри с истинските им имена и данни до 16.03.2012. Тази рестрикция отново доказва каква заплаха за всеки политически режим представляват неконтролираните комуникационни потоци и информационните естуари.

Моделирането на общественото мнение за създаване на благоприятна почва за прокламиране на дадена политика е основна задача на всяко управление. В информационната ни реалност, обаче, това е трудно постижимо, поради постоянният обмен на данни. Необходимо е създаването на шокова ситуация, която да възпрепятства логичната и трезва мисъл и „да превръща политически немислимото в политически неиз-

бежно³". Този процес на трансформации е невъзможен без контрол върху информационните естуари и комуникационните потоци. Ето защо днес сме свидетели на това как правителствата по света се опитват да урегулират достъпът до неудобно онлайн съдържание. Някой успяват (Китай, Пакистан, Индия), други все още се борят с масовите протести на новото мрежово общество⁴ (ЕС, Аржентина, САЩ).

Световната интелигенция в лицето на проф. Ноам Чомски критикува изфабрикуваното съгласие⁵, което традиционните медии предлагат на своите аудитории. Глобалната мрежа не е медия. Тя обединява много медии и дава трибуна на много нови форми за обмен на информация. Интернет пространството измени потоците на комуникация. Обедини силните и слабите им качества, създавайки информационни естуари, които имат силата да променят хода на човешката история. Защото тяхната енергия е плод на интелекта на милионното интернет общество, което не спира да споделя.

Библиография:

1. Меркузе, Х. *Ерос и цивилизация*, изд. Христо Ботев, София, (1993).
2. Чомски, Н. *Необходими илюзии. Промиване на мозъци в демократичните общества* изд. Бард, София (2005)
3. Чомски, *Класовата борба*, изд. „Агато“, София, (2001)
4. Кастелс, М. *Възходът на мрежовото общество*, изд. „Лик“, София, (2004)
5. Клайн, Н. *Шоковата доктрина. Възходът на капитализма на бедствията*, изд. Изток/Запад, София, (2011)
6. Lazarsfeld, Paul F. and Robert K. Merton, 'Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action' *Texts*, 1944
7. *One-Dimensional Man*, Marcuse Herbert, Boston: Beacon (1964)
8. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Herman, E. and Chomsky, N. The bodley head, London, (1988)

Научен консултант: гл. ас. д-р Катя Михайлова

³ Шоковата доктрина. Възходът на капитализма на бедствията Нейоми Клайн, изд. „Изток запад“, 2011 г. София

⁴ Понятието е въведено от М. Кастелс, в книгата му *Възходът на мрежовото общество*, изд. „Лик“, 2004 г. Според автора мрежовото общество се характеризира с технологична организираност и диференцирано поведение.

⁵ *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Herman, E. and Chomsky, N. The bodley head, London, (1988)