

КРИТИКАТА КАТО КОМУНИКАТИВЕН И ВЛАСТОВИ ФАКТОР

Мариана Пенчева

CRITICS AS COMMUNICATIVE AND AUTHORITATIVE FACTOR

Mariana Pencheva

Summary: *Criticism and critical approach combines ideas coming from humanism, enlightenment, philosophy of life. In our contemporary critical thinking is what distinguishes a sane person of ordinary user of information. Quality of life is determined by the quality of thinking, and it is the basis of the quality of questions that we ask. Critical thinking is an important communicative and power factor in many areas of the society, in order reads. The more conscious personality is, the more likely it is to take the right decisions for yourself.*

Key words: *criticism, critical thinking, critical approach, communication, authority, media, communicative culture, doubt, criticism, censorship*

Критиката, както и в частност критическият подход, поглеждайки към история на философията, са част от критическото и картезианско мислене, а също така те са свързани с хуманизма и с цялото европейско просвещение. Бележити философи, които акцентират върху този проблем, са Декарт, Русо, Монтескьо, Кант, Лок.

По-късно критиката и критическият подход се доразвиват като част от утопизма, марксизма и екзистенциализма, като достигат и са въплътени във философията на представителите на Франкфуртската школа – Хайдегер, Фром, Адорно, Хана Арент и други. Крити-

ката и критицизмът са характерни и за т.нар. критици на цивилизацията в лицето на Лев Толстой, М. Бакунин, Шпенглер.

Така, минавайки през различните философски течения, достигаме до днешни дни, когато се оказва, че критиката и критицизмът са все по-актуални и са неотделима част от развитието на съвременните общества.

По своята същност те са желание и стремеж за една по-добра модерност, в чиято основа лежат принципите за свободата, равнопоставеност между хората, липса на конфликти, изграждане на едно разумно общество, в което всеки човек има отредено свое място и в което личното човешко достойнство стои най-горе в йерархията от ценности.

I. Критически подход към съвременната комуникативна култура

Критическият подход обединява идеи, идващи от хуманизма, просвещението, философията на живота. Оценена е значимостта на човека, а също и умението да използва разума си без ръководството на различни авторитети, а като самостоятелно мислещо същество. Представителите на философите, подкрепящи критическия подход, отхвърлят дехуманизацията, против господството са, считат, че властта трябва да бъде управление в истинския смисъл на думата и злото, макар да обезличава човека, е преходно и той може да се справи с него.

Според Роналд Ингълхарт в съвременното западно общество не всички общности са доминирани от ценностите на консуматорската култура и утилитаризма, макар те да са повече. Има и самозараждащи се общности, които се обединяват около етически, културни и духовни ценности и в някои случаи са готови да жертват дори материалното си благополучие в името на тези ценности, които за автора са “постматериалистични”.

Ингълхарт дели представителите на западната цивилизация на два основни типа, зависещи от техните ценности – материалисти и културни хора. Той смята, че един ден постматериалистичните цен-

ности ще вземат превес над материалистичните. Това засега не се реализира. Двата типа ценности съществуват едновременно в съвременния свят и не може да се каже кой тип ще доминира в бъдеще.

Робърт Пътнам има друго разбиране за съвременното общество, което въплъщава в идеята за “социален капитал“. Според нея едно истински здраво общество, за да има бъдещи перспективи за развитие, трябва да се основава на духовни “капитали” като образование, лични качества и способности, интелект.

Социалният капитал на обществото ръководи самоорганизацията на обществени структури и общности, които са катализатор за социалното развитие напред посредством енергията си и способността “отдолу” да се вземат и отстояват разнообразни и важни решения за общите проблеми.

Според Хабермас основен атрибут в днешните общества е логиката на стоките за еднократна употреба. Всяко нещо е временно и служи за краткотрайна полза, за печалба, която може да се осъществи на момента. След това всичко се изхвърля като нещо ненужно. Характеристиките на едно такова общество са повърхностност, неразумност, безпринципност, нетрайност и хаос. Относно политиката, която се води – то представлява апогей на краткотрайните решения, на липсата на общи принципи и ценности, на фалшивата демокрация, лишена от същности и смисъл.

Хабермас още счита, че все повече изчезват публичните места, на които човек може да общува. Пространствата, предназначени за срещи на хора с общи проблеми и идеи. Всичко това довежда обществото до загуба на най-основната и жизненоважна форма на интелигентност – комуникативната.

Философът казва още, че за истински интелигентната личност са характерни интелигентности от различен вид, които не се ограничават само до ума и мисленето, но също се простират и до интелигентност на чувствата, нравите, поведението, общуването.

Комуникативната интелигентност за Хабермас е от важно значение, защото именно чрез комуникацията, хората създават света. Липсата на места, на които да се реализира общуването, както и липсата на идеята за трайност създава едно безотговорно, деградирало общество от изолирани самотни хора, които живеят само и

единствено сами за себе си и не могат да мислят, да разсъждават и да вземат значими решения, свързани с бъдещето.

Американският социолог Джордж Ритзър открива и акцентира върху може би един от най-тревожните аспекти на глобализацията и го назовава с името „макдоналдизация”. Това, което разбира социолога под този термин е навлизането на принципите на маркетинга на американските вериги във всички области – в културата, науката, морала, политиката, религиите, ценностната система и т.н. Принципиите на макдоналдизацията Според Ритзър четири са основните принципи на макдоналдизацията – ефективност, изчислимост, предвидимост, тотален контрол.

Тези принципи изискват опростяване на социо-културните взаимовръзки с цел максимална печалба с минимум ресурс и всичко е в полза на монополите.

Жан Бодрийяр счита, че желанието за постоянна продажба на възможно най-много евтини и некачествени стоки и услуги води консуматорското общество до крайната му фаза, в която на почит са лъжата, измамата, фалшификацията и симулацията.

Стига се дотам, че в света около нас не остава почти нищо естествено. Всички обекти, предмети, услуги, чувства и дори самите факти са подменени.

В едно такова общество, медиите не отразяват истинските събития, а съчиняват фактите и ги изкривяват с манипулативна цел. Такива факти заместват събитията и ги заместват.

За Жил Липовецки не би могло да съществува общество, ако не се основава на общи етически и духовни ценности. В съвременността човекът сам трябва да избере своята индивидуалност и ценности и да ги отстоява.

Човешките търсения са свързани с консуматорската култура и придава на материалното различни, духовни измерения, но в същото време нарцисизмът на консуматорството не намалява, а съществува заедно с търсеция дух.

Анализирайки съвременното общество Хана Арент отчита, че тоталитаризмът е система, разрушаваща връзките между хората и която води до смърт на обществото, тъй като накрая остават само диктатори и потиснати маси, но липсва жизнено общество, способно да гради и да твори.

Според Арендт злото се състои в отказа на човека да мисли и да решава самостоятелно, да проявява критично мислене, а също и в готовността му да изпълнява чужди нареждания, без да ги анализира. По своята природа той е самостоятелно мислещо същество, но нежеланието му да мисли е не само обезличаване, но и обезчовечаване.

За Хана Арендт властта в обществото трябва задължително да е съчетана с комуникацията, т.е. едновременно да действаш и да умееш обясниш действието си на всички, които са ангажирани в него и не на последно място – да влезеш в диалог с аргументите им. От друга страна липсата на власт, според авторката води до насилие. По същата тема мнение изказва и Макс Вебер, за който легитимна е онази власт, която е призната не само от властимащият, а от всички, които са му позволили да властва.

Според Хана Арендт надеждата за развитие в съвременния свят се крие в образованието и в малките групи общности, които отстояват самостоятелността си и своята лична свобода.

II. Същност на критическото мислене

Известният учен Ибн ал-Хайтам твърди, че „Човекът, който се стреми да открие истината, не е онзи, който изучава писанията на древните народи и, следвайки естествените си влечения, им се доверява, а по-скоро този, който не им вярва напълно и се пита какво може да научи от тях, смирява се пред доводите и доказателствата, а не пред думите на някого, чиято същност е пропита с всевъзможни недостатъци и слабости. Така задачата на този човек, който изследва работите на учените, при условие че научаването на истината е негова цел, е да се превърне във враг на всичко онова, което чете, и използвайки напълно възможностите на всяка своя мозъчна клетка, да го напада от всички страни. Той трябва също да се съмнява в себе си при извършване на критическото си проучване, така че да не стане жертва на предразсъдъци или да изпадне от едната крайност в другата.” Твърдението на Хайтам е доказателство за това, че критиката тръгва от съмнението и усъмняването и всеки разумен човешки индивид би могъл да я използва в служба на битието.

Всеки един от нас притежава способността да мисли. Благодарение на човешкия разум е възможен прогресът в света. Чрез мислене преработваме получената от нас информация, основана на обем усвоени знания, и след това вземаме решения. Мисловният процес е нещо, което всеки от нас осъществява многократно ежедневно. А крайният резултат са нашите решения.

Критическото мислене е нещо твърде ценно във времето, в което живеем и ако си зададем въпросът как можем да го използваме и да го приложим към съвременността, бихме могли да се обърнем към методологическото съмнение на Рене Декарт в неговата книга „Правила за ръководство на ума“. Там той заявява, че истината може да се постигне единствено чрез определен метод, чрез правила на познание, които той извежда ясно.

На първо място, според философът нищо не бива да бъде прието за вярно ако то не е известно с очевидност. Не трябва към дадено твърдение да се подхожда с прибързаност или предубеденост. Необходимо е да се включва в съжденията единствено онова, което би се представило на ума ясно и отчетливо без да има повод да се постави под съмнение.

На второ място всяка една трудност трябва да бъде разделяна и раздробявана на толкова малки и прости части, колкото са необходими, за разрешаването на зададения проблем ефективно.

На трето място е необходимо да се спазва редът в поставянето на мислите, започвайки от най-простите и тяхното изясняване, за да се достигне до най-сложните като между всички тях има ред и връзка, независимо дали се предхождат една друга.

И на последно място са важни пълните изброявания, чрез които човек може да бъде напълно уверен, че не е пропуснал нищо.

Тръгвайки по пътя на истината посредством съмнението, вече сме направили първите крачки към използването на критиката. Към така изведените правила от Декарт можем да прибавим и непрестанното задаване на въпроси към всяко твърдение, а също и привеждането на аргументи „за“ и „против“. Не бива да се пренебрегва и човешкият фактор, тъй като човекът като субект мисли субективно и може да допусне грешки, без да го осъзнава. Важно е също да сме напълно наясно с метода, който използваме за оценяване на дадена

ситуация или обект, и да отчетем неговите положителни и отрицателни страни.

III. Критическият подход и сблъсъкът му с медиите

Придобивайки навика да използваме адекватно и да прилагаме успешно критиката и нейният метод, то това би било от полза. В съвременното общество, в което живеем информацията буквално ни залива всеки ден. Колкото и да ни се иска пълна обективност от страна на медиите, това не е възможно. Осведомяването на населението представя определени ценности, доколкото те са такива. Комерсиализацията на новините и на посланията идващи от телевизията и от интернет, често оставя съзнателно или не, потребителят заблуден. Именно затова всеки един съзнателен индивид би следвало да запита сам себе си, да си изясни информацията, която получава, да се пребори със собствените си предразсъдъци, преди да стигне до заключения, всеки път, щом попадне на медиен репортаж. Да не приема наготово това, което чува и вижда, а критически да го осмисли. Ако критически мислещите хора са повече, това ще допринесе за създаването на един добър дебат относно спорни въпроси по актуални теми. Тъй като медиите са четвъртата власт и е неприемливо да се мисли, че те нямат за задача да привлекат по-голяма аудитория, то стигаме до въпроса как трябва да се подходи към тях, за да бъдат възприети те адекватно от всички.

Това може да се случи, ако хората започнат да разбират структурата, механизмите и задачите на медиите. И след това да развият своята способност за независимо критическо възприемане и оценка на всичко съдържащо се в тях.

Всичко това трябва да се случи още в ранна детска възраст като важна роля на опита на децата в сферата на медиите би могло да има училището.

В днешно време медийната грамотност е от първостепенно значение за активното и пълноценно гражданство, както и за адекватното разбиране на интернет пространството, достъпно навсякъде и по всяко време.

Основният въпрос, който стои пред всеки здравомислещ човек е – Бихме ли могли да се справим с манипулациите? Тъй като според

редица изследователи в тази област пресата, радиото, телевизията и дори интернетът са носители на манипулация, която по-голямата част от обществото приема безкритично и следва напълно и доверчиво.

Една от важните задачи, които би могла да залегне в училищното образование е формирането на навик у учениците да анализират фактите и да не приемат на доверие всички твърдения, за верни напълно безоснователно.

В повечето случаи медийната грамотност е част от способността за критическо възприемане на медийните послания. Възпитанието на децата трябва да подготвя младите хора да мислят критически и най-вече да разбират защо харесват или не дадена програма, а също да се разгледа случващото се от морална, аксиологическа и интелектуална гледна точка. Това е необходимо с цел по-голяма отговорност за избора на своите предпочитания.

Голяма част от източниците посочват няколко основни характеристики и умения на медийно грамотния потребител. На първо място той умее да различава фактите, които му се предлагат от измислицата. Освен това той разграничава степените на реализъм в предоставената му информация. По-адекватно и пълноценно разбира механизмите, стоящи в основата на функционирането и разпространението на различните програми по телевизията, игри, филми, интернет сайтове и други. Друга характерна способност е, че той умее да открие и оцени рекламните послания, включени в телевизионните предавания и да приложи по един добър начин критическия подход към рекламата.

Грамотният потребител трябва да отбелязва сам за себе си икономическите и политически фактори, оказващи влияние върху представянето на новините, а също трябва да умее да обясни по рационален начин своите предпочитания в една или друга област.

1. Критическият въпрос в служба на истината

Общоприето е мнението, че качеството на живота се определя от качеството на мисленето. А колкото до мисленето, именно то стои в основата на качеството на въпросите, които задаваме. Ако не питаме, то тогава ние не анализираме и съответно няма за какво да

мислим. Ако не умеем да задаваме истински важните въпроси, често пропускаме да насочим своето внимание и мисли си върху същественото и значимото. По пътя на логиката, за да имаме успех, трябва да умеем да поставим точните въпроси в нашата реч, писане, при четене, в работата, обучението и при възпитанието на децата ни. Въпросите са важни дори когато създаваме приятелства, когато си взаимодействаме с медиите и интернет.

Формулирането на критически въпроси е важно умение, което може да бъде изучено и усъвършенствано от човека с повече упоритост, на теория и на практика. Целта на критическия въпрос не е насочена към опровергаване на автора, а напротив той трябва да помогне при изясняването и разбирането на фактите. Процесът на критическото мислене зависи от умението адекватно да се задават критически въпроси. Значителни са усилията и трудността при търсенето на отговори, както и при представянето на резултите след задаването на въпросите.

Джаред Хайнс и Джон Стензъл смятат, че за да можем да се доверим на един текст, ако успеем да отговорим на следните въпроси: Каква е целта на автора на текста?

Какъв е проблемът, поставен за решаване или описване? На какви данни или доказателства се опира решението или описанието на проблема? Какви изводи са направени от какъв тип данни и доколко са обосновани изводите? Какво е решението на проблема? Какви са последствията от това решение в близък и далечен план? и др.

Целта на всички тези въпроси, приложени към конкретен текст мотивират читателят да разсъждава повече, да обърне внимание на съществуващите предпоставки и последици, които не са видими на пръв поглед, да разбере съществуващите гледни точки, да не приема без критика чуждите мисли, да определи своето собствено мнение по темата, да умее да го защити.

Същият подход може да се приложи към възпремането на Интернет и медиите. Хората, използващи мрежата, осъзнават нейното предимство. Тя предлага повече възможности за комбиниране на текст, звук и картина, интерактивност в процеса на четене, обратна връзка, непрекъсната актуализация на информацията, както и разши-

ряване обема ѝ. Всички хора все по-добре боравят с нея, и по-бързо достигат до последните новини и до предоставяните услуги. Хората, които го използват в голяма степен са такива, които имат висше образование и добри доходи.

Интернет е важно икономическо, културно и политическо средство, чрез което се влияе както на отделния индивид, така и на групи от хора. Но също както и с останалите медии си тук стои въпросът за манипулацията и критическото осмисляне на целия обем от информация, който получаваме.

2. Насилието, информационното затъмнение, цензурата и критиката

Независимо по коя телевизия – чужда или наша, ние гледаме новини, независимо от часа и датата, винаги в тях присъства насилието, което дори вече все по-рядко се подлага на силна морална критика. Това е факт, може би заради непрестанно излъчване на кадри, в които има насилие. Дали то е 100% реално или част от него е преекспонирана? В света съществуват страни, в които властта забранява излъчването на репортажи, в които има насилие. Доколко това решение е правилно, е трудно да се каже, тъй като, от една страна стои изконното право и желание на всеки човек да бъде информиран, а от друга – опасността от морална криза и обрати в ценностната система на хората.

Демокрацията, като модел и режим на управление осигурява свобода на словото и печата. До каква степен това води до деморализация зависи от пишещите и четящите, от тези, чиято задача е да информират адекватно и обективно.

Критичното осмисляне на фактите не е присъщо само за онези, които са потребители, но и за онези, които създават информацията и стоят в основата на медиите. Не всичко трябва да бъде бизнес и комерсиализирано. Комуникацията и културата са две неразривно свързани части на едно цяло и са от значение за социалното развитие на личността и обществото. Това, което е от значение в случая, е влиянието на комуникациите по отношение на човека. Всъщност културата се е превърнала в една индустрия, ръководеща живота и потребностите на хората.

През 80-те години на XX век в България и не само се наблюдава, т.нар. „информационно затъмнение”, период, в който част от събитията, случили се тогава не получават гласност и остават скрити за по-голямата част от населението. Медиите по това време са подлагани на строга цензура. В днешно време, в рамките на нормалното е да показват убийства, умиращи от глад, катрастрофи, атентати, резултатът от редица болести, тероризъм. По този начин зрителят се оказва адекватно и изчерпателно информиран, тъй като има право на това. Но именно тези факти водят до приемането на насилието за нещо нормално в съвременността. И въпреки, че човек не им обръща особено голямо внимание агресията остава в съзнанието му и с времето може да се превърне в модел на поведение, особено при подрастващите. Липсата на безнаказаност също оказва влияние и се появява моделът „Щом той може, то и аз мога”. Модел, в който вече не се прави особена разлика между добро и зло. Обществото не порицава някои прояви, индивидът ги приема за нещо нормално, отсъства критическото мислене, задаването на въпроси, които да разяснят смисъла на нещата и тогава остават само последиците, които няма как да са положителни.

Културната индустрия се превръща властник на социалното. Това, което виждаме всеки ден на малкия екран навлиза с бързи темпове в живота ни. Моделите, които са залагани от нея понякога се превръщат в желани.

Така вместо да се развенчае мита за воденето на живот като този по телевизията, се поддържа лъжливата идея, че всеки един може да получи живота на персонажа, който боготвори. Независимо дали той е положителен, или отрицателен образ. Но тук има и един друг съществен момент, който работи в полза за индустрията. Само един е този, който ще има възможността и късметът да се сдобие с желания живот. Като основна ценност се провъзгласява равният старт, но и фактът че има различни финали на различни дължини – всеки финал, отговарящ на по-малко или повече печеливш билет.

Цялата тази система, с която се влияе ефективно върху потребителя се базира на непрекъснатото изучаване на неговите нужди. По този начин индустрията знае винаги от какво се нуждае аудиторията – дали от лукс, смях, ирония. Въпреки състезателния елемент

налице е равният старт, който обезличава индивидите и те се оказват дребни части от цялото, от което няма с какво да изпъкнат. Индивидът губи изцяло своята оригиналност – всеки е заменен с всеки. Този факт не би се приел добре от масите, именно затова индустрията е въвела принципа на шанса, в който само един получава това, което иска.

Културният продукт предлага прекрасен живот в обществото, ако индивидът спазва правилата му и се предвижда наказание за всяко отклонение – ето по този начин продуктът властва над социалното – чрез илюзия, която може да се превръща в истина, чрез шанса или чрез неотлъчното следване на общите правила.

Индивидът е поставен в състояние на безпомощност, приемайки общите правила, наложени му от индустрията. А продуктите на същата тази индустрия по своята същност са единство на желанията и страховете на обществото – показващи и двете, защото нуждата на индивида е такава. Масовата култура и публиката са съпроизводители на изкуството в лицето на филмите, музиката, картините – първата печели влияние и пари, а втората – съществуване. Смисъл не се търси и от нито една от двете страни – важно е първо властта над социалното и на второ място пребиваването в него.

Масовите средства за комуникация оказват огромно влияние върху самия механизъм на възприятието, а оттам и върху публиката. Според някои автори телевизионните зрители само натрупват и събират информация без да имат реалната възможност да я анализират и преосмислят.

Като антипод на всичко казано дотук се явява критиката като комуникативен и властови фактор, чиито субект е мислещият човек. Той умее да различава добро от зло, умее да си служи с фактите, поставя ги под съмнение, не приема наготово получената информация и борава адекватно с нея.

Критичността и критическото мислене са свързани с мисловното развитие на човека. Присъщи на младостта са идеите, че няма въпрос без отговор и той трябва да се търси, ако не от нас, то от някой по-знаещ и мъдър от нас. С минаването в по-зряла възраст човек осъзнава, че би могло да има отговор на всеки въпрос, но не е задължително той да е само един. Отиването в крайност в тази посока

би довело човек до един релативизъм с възприемането, че всяко нещо е относително.

С напредването на интелекта на човек се стига до извода, че независимо от това, че има различни мнения, то едни са по-достоверни от други и пред нас стои избора да решим кое е важно и кое второстепенно, кое правилно и кое е грешно. Прилагайки критическо мислене, можем да пресеем по-несигурната информация и да си направим по-добър и по-пълен извод в дадената ситуация. Оказва се, че възрастта способността за критично мислене се усъвършенства, но важното е у човека да се възпитава желанието за разбирането на всяко едно нещо, причините за възникването и съществуването му, а не приемането му, без да си даваме сметка за неговите функции, значение и същност.

3. Релацията комуникация – манипулация

Съвременното общество, без съмнение, е обществото на комуникациите. Най-общо казано комуникацията е начин за съобщаване, предаване или размяна на информация, идеи, знание. Всеки един от нас ежедневно я използва и не би могъл да съществува без нея.

Някои автори извеждат четири сфери на проявите на комуникацията. Това са предването на информация в човешкото общество, биологично взаимодействие, обмен на информация в неживата природа, техническа комуникация. Според други две са основните сфери на комуникация и тя се дели на изкуствена и биологична.

Това, което е от значение в случая са допирните ѝ точки с манипулацията. До този момент стана ясно, че манипулацията може да се реализира само чрез комуникацията. Процесът на обмен на знания и информация обхваща всяка една от сферите на живот. Това превръща комуникацията в универсална. Също така не може да се отрече необходимостта от нея. Тя е основно изискване за развитието на социалния живот на индивидите.

Разглеждането на същността на комуникацията, нейните задачи и цели, води до обобщената поява на три основни тези в отношението манипулация – комуникация. Според първата комуникацията винаги е манипулация. Според втората двете явления нямат пресечна точка,

а според третата само понякога комуникацията е и манипулация. За да се стигне до истинното твърдение, трябва да се изяснят манипулативните аспекти на комуникацията.

Тя винаги се описва като „взаимодействие“ или „влияние“, също така тя винаги има цел, т.е. е умишлено действие, целящо определен резултат. Манипулацията също е влияние, при което се цели даден резултат у поведението на възприемащия.

От посочените, по-горе три хипотези, най-вероятна е последната, при която комуникацията понякога е манипулация. Разглеждана, по този начин, комуникацията се явява както средство за информация, така и за манипулация. За да говорим за манипулиране е необходимо заложената информация да бъде разбрана и възприета по същия начин, по който е била зададена от манипулатора.

Много са моделите, изразяващи комуникацията, като се започне още от Аристотел и се достигне до имената на редица съвременни автори. При повечето от тях съществуват елементи, без които не може. Това са източникът на информация, самата информация или съобщението, как е предадено то, какво средство се използва и получателят на тази информация. Всички тези елементи и техните допирни точки с манипулацията определят до каква степен комуникацията е само с цел информиране и кога се превръща в манипулиране.

Интердисциплинарността на комуникацията усложнява достигането до същността ѝ в нейната пълнота. И все пак могат да бъдат изведени няколко характеристики, валидни за нея, чрез които критическото осмисляне на фактите си проправя път и се превръща в част от човешкото съзнание.

За комуникацията са присъщи уменията за изразяване на мислите и убеждаване, чрез тях индивидът може да направи изводи както за себе си, така и за околните, а също може и да убеди останалите в своята правота. Около всяка една ситуация съществуват знаци, чрез които се определя видът ѝ, т.е. комуникацията може да бъде анализирана на семиотично ниво и да бъде отговорено на въпроса: Защо? Друг важен момент при комуникацията е изследването на другостта и създаването на диалогичност.

Воденето на диалог е трудно, тъй като присъства субективният фактор и това може да доведе до множество логически грешки, а

също и до нежелателна проява на емоции, чието отсъствие е свидетелство за добри силогични умения.

В по-голямата си част диалогичната реч е ситуативна и е свързана с мястото и обстановката на провеждане на разговора, а също и с неговия контекст, тъй като всяко следващо изказване и смислово свързано с предходното. При диалога речта често е реактивна и непреднамерена. Тя протича сякаш сама по себе си, тъй като всяко ново изказване е обусловено от предходното.

За да бъде един диалог продуктивен е необходимо взаимно разбиране, толерантност, поставяне на мястото на другия, но също и отстояване на личните позиции при разглеждане на поставените казуси.

Бариерите, които затрудняват диалога, са свързани изцяло с човешкия фактор. Примери за това са: некоректност, некомпетентност на участниците, липса на реторическа подготовка, желание за налагане на собственото мнение, излишна притеснителност, твърде много думи, беден речник. Психологическите бариери в общуването могат да затруднят осъществяването на диалогичен контакт, а критическото осмисляне на фактите – да го улесни.

4. Масовите комуникации и ролята на критическото мислене

Масовата комуникация не се отличава значително от междуличностната комуникация, тъй като и тя се изправя пред същите предизвикателства – привличане на вниманието, приемане, интерпретация.

Всеки един вид комуникация има за целева група определено множество от хора и по този начин адресатът ѝ е свързан с масовост. В едни такива условия духовните ценности в средствата за масова комуникация се осъществяват без да се адресират поименно, на тях е присъща анонимност. Всички послания, заложили в тях са отправени към група от читатели, слушатели, зрителите, потребители.

Комуникационните процеси всъщност имат за цел да представят социалната динамика и по този начин синтезират в себе си основните аспекти на социума във всеки момент от съществуването му.

С времето властта на човека спрямо информацията става все по-осезателна. Желанието на съвременния човек да бъде навсякъде, постоянната смяна на телевизионни канали, всъщност го отпраща никъде. И макар да информацията, достигаща до него да напомня цялостна комуникативна картина, това всъщност са редуващи се, хаотично разположени парчета от един житейски пъзел.

Френският интелектуалец Бернар Пиво твърди, че вижда света като мозайка. Смята, че сядайки пред телевизора той всяка вечер играе с пъзели, но никога не може да подреди напълно частите им, а понякога дори успява да се откъсне от действителността. Замисляйки се върху тези негови думи, стигаме до извода, че предоставянето на откъслечна информация, която няма нужда от преработка превръща обществото в потребителско, без особена нужда от знания. С всички нови технически открития пропастите в човешкото общуване се увеличават, а липсата на желание за комуникация в реално време и затваряне вътре в себе си е все повече. Смяната на телевизионните канали дава на неуверения в себе си човек една псевдовласт, защото чрез изразяването на свободната си воля той може да отхвърли или да приеме твърдение, идея, факт. Нещо, което е далеч по-трудно да направиш в действителност, когато пред теб стои мислещ човек. Комуникацията лице в лице е съвсем различна. При нея хората се изправят един срещу друг, всеки със своите страхове, негативи и позитиви със своите проблеми в общуването.

По своята същност комуникацията не е просто акт на властване над самия себе си и над ситуацията, в която си поставен, а обмен на информация. Дори не просто обмен, защото получавайки я, тя трябва да бъде осмислена и да има обратна връзка.

Тук идва ред на критическото мислене и то се явява важен комуникативен фактор в много от сферите на социума. Стойкики пред телевизора и използвайки масовите комуникации, като цяло, човек може да избере в каква роля да бъде. От една страна, може да е този, който приема всичко, което чуе за „чиста монета”, а от друга би могъл да погледне критично на ситуацията и фактите и да прецени доколко предоставената му информация е истинна, каква част от нея отговаря на действителността. В непосредственото общуване критиката също играе важна роля. Тогава проличава личността на човека и значението

на „социалния капитал”. Индивидът, колкото по-осъзнат е и колкото повече търси отговорите на важните житейски въпроси, толкова по-вероятно е да вземе правилните решения за самия себе си.

5. Критиката като властови фактор. Политика и медии

В обществото съществуват сили, които влияят на общественото мнение, възгледите и миогледа на по-голямата част от хората. Често пъти тези сили са именно медиите и политиката, както и релацията между тях. Това, което би могло да повлияе положително, а също и да бъде обективен контрапункт на политизирането е критическото осмисляне на фактите. Оказва се, че критиката може да бъде използвана за справяне с недостатъците във властта, а също може да бъде и адекватен фактор, който да ръководи политическите процеси и общественото мнение. При наличието на подобен тип условия, социумът би имал повече позитиви, отколкото негативи, защото всяка една ситуация трябва да бъде анализирана адекватно.

Между масовите комуникации и политиката съществуват важни взаимовръзки на влияние. Тези две системи се срещат при изобразяването на реалността, а също и при властването над общественото мнение и социално-политическите процеси. При наличието на демократичното разделение на властите, често пъти не може с точност да се определи веднага чие влияние е по-силно.

Разглеждането на политиката и политическите интереси е черта на информационното общество. Това означава, че има подчинение на политиката на условията на масовите медии. В процеса на оцеляване и налагане на политически интереси, поставянето в центъра на медийното пространство знакови фигури и лидери в различните области, се оказва все по-важно за разбирането на ценностите и идеите на дадена обществена, социална или политическа платформа. В същото време, друго явление, което протича е заемането на политическа позиция от страна на масовите медии в желанието им за оцеляване. Медийните компании, за жалост понякога избират да бъдат покровителствани от определени политически кръгове. Това ги отдалечава от идеята за неутралност при ролята на медиите да информират и представят социалната реалност. Монополът в общест-

вената сфера, във връзка с политически, етнически и религиозни общности, чрез създаване на мнение за тях, е резултат от такава медийна политика.

Субективното отразяване на определени явления или социални ситуации дава власт, а също и е опция за контрол на общественото внимание. Чрез поддържането на общественото мнение се контролира обществото, а също и социално-политическите процеси, чрез които се формира създаденото масово мнение.

Използването на медиите като инструмент за постигане на определени цели се извършва чрез политиката и различните видове цензура в демокрацията. Контролът от страна на властта върху медиите и контролът при съхраняването и предаването на информация е едно от съвременните обществени явления.

Желанието за медийно внимание от страна на политици, партии, организации и публични личности, а както и стремежа за пряка медийна власт – чрез закупуването на издателства, телевизии, радио-предавания или участие в управителните медийни съвети и органи, е път, по който поемат редица политици. Контролът чрез медийната политика минава през избор на актуални теми, за да стигне до поставянето на конкретен акцент при интерпретацията на събитията. Отклоняването на вниманието от реалността я изкривява. Информацията се цензурира чрез едностранчивостта на избора на гледната точка.

Функциите на медиите са не само да информират и забавляват, те изграждат субективни позиции за своите цели. Понякога се стига дотам, че независимостта на информацията е компроментирана и функциите на професионалната етика и журналистика се обезсмислят и обезценяват.

Що се отнася до диалога в рамките на политиката, той има своите проявления в съвременното общество. Той е форма на политическа комуникация и израз на демокрация. Диалогът в политиката играе важна роля, тъй като се явява начин, по който политиките могат да влияят върху мнението, духовния живот и обществените настроения и емоции на хората. В политическата сфера той се използва най-често под формата на дискусии и дебати. Тогава проличава продуктивното мислене и критическия подход на практика.

Политическият диалог има за цел да убеди събеседниците във валидността и правилността на тезите, които се защитават и по този начин да се получи консенсус между участващите коалиции или политически партии.

Този тип диалог има нужда именно от този втори вид консенсус – обоснования, тъй като той е доказателство за това, че моралът е не просто идея, а необходимост в политиката. Този, който е изграден върху демократични, морални и обществени принципи, може да издържи всякакъв натиск.

Диалогът от политически тип може да бъде както полезен за обществото, така и деструктивен. Например много политически партии изграждат свои предизборни платформи, чрез които заявяват, че ще направят всичко за просперитета и доброто на обществото. По този начин те дават определени обещания и изразяват идеи, но никой от тях не поема отговорност, ако тези обещания и идеи не се превърнат в реалност.

Всичко това рефлектира върху избирателите и обществото и те си дават реална сметка за съотношението „обещано – изпълнено”. По този начин се гради отрицателен имидж на политическите лидери, именно за това съществува представата у много хора за „нечиста” политика.

Това ни води към мисълта, че в политиката трябва да се реализират компетентни доказали се хора, с политически опит. Възможно е политическият диалог на тези лидери също да бъде деструктивен, но поне дава заявка за гъвкавост и демократичност. Нужно е политическият диалог да работи в полза на интересите на нацията, чрез кризата, която се оказва не само комуникативен, но и властови фактор.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. **Андреев, Л., Иванов, И.** Психология на управлението. В. Търново, 2012.
2. **Андреев, Л.** Философската култура (Човекът в скептично-критична и прагматична позиция). Габрово, 2010.
3. **Андреев, А., Пенчев, П., Петров, Н.** Социална активност (Избрани гледни точки). Пловдив, 2001.

4. **Елдър, Л., Пол, Р.** Изкуството да задаваме съществени въпроси.
5. **Николов, Е.** Философия на комуникацията. С., 1982.
6. **Пекачев, В.** Комуникация и социално развитие. – В: Проблеми на културата, бр. 1, С., 1984.
7. **Петев, Т.** Глобалният подход: адаптация чрез иновация и растеж / принос на медийното образование.
8. **Петрова, Т.** Новите медии и медийното образование.
9. **Радойкович, М.** Белградски университет, Югославия. ПР и журналистика – сблъсък между две професии?
10. **Ръсел, Б.** Свободомислие и официалната пропаганда, 1922.
11. **Салиев, А.** Критическото мислене. София, 2010.
12. **Тилкиджиев, Н., Колева, С.** Социална стратификация и неравенство. София, 1998.
13. **Тодоров, Д.** Медийното образование и формиране на критическо мислене.
14. **Цветкова, М.** Морал и аудиовизуална манипулация. Благоевград.