

ИЗТОЧНИЦИ НА ТРАНСЦЕНДЕНТАЛНАТА ИНФОРМАЦИЯ И МЕДИАТОРИ

Николай Палашев

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: Основният маркер за оценка на смисъла, значението и ефективността на обществената комуникация е степента на обективност на съществуващите опит и знание, които могат да се ползват при решаване на даден обществен проблем или коригиране на обществени отношения в различните области на обществения живот. При генезиса на обществената комуникация, на терена на *алфакомуникацията*, наблюдаваме един непрестанен синергетизъм между сензорната и трансценденталната информация и тази съвместена сензорно-трансцендентална информация, вторично кодирана и декодирана чрез *единния паметов комуникационен код*, носи качествено нови комуникационно-информационни стойности, които пряко се отнасят до предмета на *омегакомуникацията*. Съществуващите опит и знание обаче винаги са под знака на известна относителност, свързана с качеството на комуникационния код. В този смисъл въпросът за материализирането на трансценденталната информация е пряко свързан с проблема за нейното фактическо приемане и предаване.

Ключови думи: комуникация, трансценденталност, ценности, алфакод, медиатори.

Въведение

При приемането и предаването на трансцендентална информация на полето на *алфакомуникацията*, се наблюдават три важни момента, които дават представа не просто за съществуването на трансценденталното, но и за влиянието му върху комуникационния процес и участниците в него, разбирани като факт на социума. На първо място, това е *x-неизвестният източник* на трансцендентална информация. Вторият момент е свързан със спецификата на трансценденталния комуникационен канал. За разлика от другите типове комуникационни канали (сензорния комуникационен канал и комуникационния канал при *омегакомуникацията*), при трансценденталния комуникационен канал не съществува възможност за поява на каквито и да било комуникационни бариери, тъй като движението на трансценденталната информация не се влияе от осезаемата материя до момента на съвместяването си със сензорната информация. Третият момент се отнася до трансформирането на трансценденталната информация в основа за елементите на

комуникационния *алфакод*. Впоследствие тя изпълва със съдържание и формите за материализиране на информацията, носеща смисъла на *идеята/решението*. Запазването на автентичността (или да говорим за абсолютната комуникационно-информационна „чистота“ на трансценденталната информация) на трансценденталното минава през интерпретирането на *сигналите*, което пък води до изработването на *знаци* (или *като-че-ли-знаци*), които са най-близо до абстракцията на истината. Това е и началото на процеса, при който едно все още „несъществуващо“ (Нищо) започва да се превръща в „съществуващо“ (Нещо). В контекста на обществената комуникация става въпрос за търсене на израз на стремежа към осигуряването на поносимо обяснение на духа и материята, отнасящи се до битието, което обяснение да се превърне в приемливо от гледна точка на вярата, спомена, опита, страха и надеждата.

Изложение

Като имаме предвид посочените три момента, отнасящи се до съществуването на трансценденталното и отношението му спрямо обществената комуникация, може да определим предаването на трансцендентална информация при *алфакомуникацията* като *директен тип* предаване. В същото време обаче трябва да уточним, че фактът на двупосочно движение на информацията, осъществяващо се на полето на *омегакомуникацията*, предполага „връщане“ на вече коригираните и съгласувани *идея/решение* на терена на *алфакомуникацията*. При това „връщане“ предаването на трансценденталната информация частично губи от качеството на своята изначална автентичност, тъй като съществува влияние на различните комуникационни кодове, комуникационно-информационните бариери, както и поради това, че в контекста на комуникационния процес трансценденталната информация е била подложена на модифициране и интерпретиране. Така че единствено първичното предаване на трансценденталната информация (от *х-неизвестния източник* към *първичния получател* на трансцендентална информация) може да се определи като *директен тип* предаване в рамките на обществената комуникация. Това ни дава основание да кажем, че има един-единствен момент от комуникационния процес, при който трансценденталното в най-малка степен губи от своето изначално комуникационно-информационно качество, и той се отнася до възникването на първоначалната *идея/решение* на терена на *алфакомуникацията*.

При възникването на *идеята/решението* получената трансцендентална информация се формира чрез знаците, символите,

образите и словото в рамките на комуникационно-информационните конструкции и модели. В този момент всички те са вече разпознаваеми, организирани са в системи, което от своя страна налага известно комуникационно-информационно ограничение върху смисъла и стойността на третираната трансцендентална информация. Това ограничение обаче е пряко свързано с адекватността на формалното материализиране на информацията, както и с действието на възприетите за верни елементи на комуникационния код. Тоест от комуникационна гледна точка приемането на трансценденталната информация минава през комуникационно-информационни посредници, чиято основна задача е да оприличат предполагаемия ѝ смисъл на нещо, което вече е *познато* като смисъл. На тази основа, върху комуникационно-информационната, трансцендентална част от *идеята/решението* се наблюдават влияния по отношение на нейното модифициране и интерпретиране: оценъчност на заложения смисъл от гледна точка на надеждата и страха; определяне на степента на поносимост на информацията от гледна точка на културологичните натрупвания, манталитета и психологическите нагласи; способност за интерпретиране на съществуващите и познати маркери и модели, по които да се осъществи оприличаване; форматиране на заложения смисъл според възприетите ценности; формализиране на заложения смисъл чрез форматиране на *x*-неизвестния източник на трансценденталната информация; увеличаване на капацитета на внимание на получателя на информацията чрез симулация на достоверност, лансирана през медиите, обществените лица, духовните водачи и транспрогнозистите.

При опосредстваното приемане на трансценденталната информация на полето на *омегакомуникацията*, възниква въпросът за нейната форматна достоверност, тъй като именно това е в основата тази информация да стане *поносима* (т.е. да са налице среда и условия за договаряне на валидността на стойностите) за всички участници в комуникационния процес. Във времето, при отделните етапи на цивилизационното развитие, този източник (*x*-неизвестен източник) е получавал различни наименования, някои от които са просъществували и до днес, а други са останали в историята просто защото културологичният модел, към който са принадлежали, е престанал да съществува. Както вече споменахме, част от тези, които са валидни и в днешната модерност, са: Бог, Висш разум, Велик архитект, ангели, демони, духове. Към тях за някои особени случаи при обществената комуникация следва да прибавим и извънземните. Разбира се, нямаме никакво намерение да даваме определения или да правим опит за анализ на това, което се крие зад тези наименования,

тъй като то няма пряко отношение към обяснението на мястото на трансценденталното в контекста на *обществената комуникация*, разбирана като социален феномен и ценност, което търсим. Но не можем да игнорираме факта, че наименувани по този начин, понятията за *x-неизвестния източник* на трансценденталната информация имат пряка връзка с обществените комуникационни отношения.

Като се има предвид казаното за форматирането („официализирането“) на *x-неизвестния източник* на трансценденталната информация, може да се опишат някои негови характерни особености, които имат пряко отношение към *достоверността*, *доверието* и *авторитетността* в рамките на обществената комуникация: предполагаемо притежание и способност за налагане на „абсолютната справедливост“; предполагаема свръхестественост; неизвестна и неустановима същност и форма; синтезираност на изработената като представа визия, постигана чрез установяването на характерна символика и образност; предполагаеми параметри, основаващи се на хипотезата за самото съществуване на *x-неизвестния източник*; припознаване на същност чрез намиране на косвени доказателства; припознаване на *x-неизвестния източник* като коректив на начина на мислене, възприятията на действителността и поведенческите модели.

Поставените тук проблеми, отнасящи се до връзката между *x-неизвестния източник* на трансценденталната информация и лансирането на *идеята/решението* чрез материализирането на информацията, са пряко свързани с *медиаторите* на самата трансцендентална информация. В зависимост от характера на лансиране на трансценденталната информация, което в крайна сметка определя и фактическото участие на *медиаторите* на трансцендентална информация в комуникационния процес, може да ги определим като два основни вида, а именно – директни медиатори на трансцендентална информация и индиректни медиатори на трансцендентална информация. От гледна точка на обществената комуникация разделянето по вид на *медиаторите* на трансценденталната информация е в пряка връзка и с влиянията на трансценденталното върху устойчивостта и сигурността както на третираната информация, така и на моментно използваните комуникационни подходи и начини в рамките на комуникационния процес. И така, като имаме предвид посоченото по-горе, отнасящо се до специфичната същност на *медиаторите* на трансценденталната информация, може да ги разположим по следния начин: директните медиатори на трансцендентална информация са обществените авторитети, при които лансирането на трансценденталната

информация в най-голяма степен е под знака на ценностното ѝ форматиране; лидерите, при които функционирането им е винаги под знака на стремежа да се прозре, осмисли и предложи *решение* за възникналия обществен проблем; политическите, институционалните и корпоративните представители, при които лансирането на трансценденталната информация в най-голяма степен зависи от границите на конкретните им социални проявления при условията на публичност; духовните водачи, при които спецификата на внушението, която се наблюдава при лансирането на трансценденталната информация, е привидно близка до тази при *обществените авторитети*, но чрез комуникационно-информационните възможности на приетите за единствено верни образи и символи; хората на изкуството, при които спецификата на лансирането на трансценденталната информация се определя от вторичната материализация на трансценденталното чрез художествените знаци, символи, образи и език. Индиректните медиатори на трансценденталната информация са: транспрогнозистите (медиуми, екстрасенси, нумеролози), при които трансценденталната информация, интерпретирана чрез специфични комуникационно-информационни форми, влияе върху участниците в комуникационния процес и не се наблюдава критичност спрямо тях. Това влияние се отнася както към формирането на обществено значими *идеи/решения*, така и към вземането на управленски решения от страна на усвоилите власт в рамките на обществото; медии, които постигат възможно най-висока степен на достоверност при лансирането на трансценденталната информация, при това на изключително широко информационно поле, като се обхващат буквално всички социални слоеве на обществото; пророци, при които е налице напълно запазена автентичност на техните комуникационно-информационни проявления. В случая лансираната трансцендентална информация има отношение към формирането на трайни морално-етични и културологични нагласи, което в частност дава възможност същността и смисълът на комуникационно-информационните проявления на пророците да се използват за „пренос на авторитет“ в рамките на обществената комуникация.

Като се има предвид статутът на *медиаторите* на трансцендентална информация на активни участници в обществената комуникация (тук няма значение дали по вид те са „директни“, или „индиректни“ медиатори) и в този смисъл на неделими елементи от *обществения комуникационен модел*, без значение на тяхната конкретна форма, то при тях винаги стои проблемът за качественото декодиране/кодиране на трансценденталната информация. Разбира се,

както вече уточнихме, към това качество пряко отношение има ефективността на използвания комуникационен код, както и спецификата на формите за материализиране на информацията. Преди всичко става дума за постигане на адекватност спрямо същността на третираната информация, а и спрямо реалната обществена проблематика.

Заклучение

И така, посоченото по-горе по отношение на обществената комуникация в крайна сметка води до симулация на достоверност от страна на *медиаторите* на трансцендентална информация спрямо формирането на обществените нагласи, изграждането на поведенческите модели и намирането на решения на възникналите обществени проблеми по комуникационен път. Като резултат на това може да се очакват: 1) непоносимост към същността на лансираната *идея/решение*; 2) нарушаване на устойчивостта при комуникационните отношения на базата на отказ от съвместяване на ценности и интереси; 3) манипулиране на общественото мнение, за да се оправдае вземането на грешни управленски решения; 4) сблъсък при лансирането на *идеи/решения* при условие на съществуването на една и съща тематична линия. В този смисъл тълкуването на материализираните форми на трансценденталната информация пряко се отнася към такъв тип начин на мислене и нагласи, който предполага създаване на реалности, спиращи цивилизационното развитие. Конкретни комуникационно-информационни изражения на това са митологизирането на псевдосъщности, подмяната на ценности с псевдоценности, приемането на индоктринирането като легитимна обществена норма, подмяната на различните типове представителство в рамките на обществото и налагането на псевдокултура, характеризираща се с невежество, издигано в култ.

Накрая, без да слагаме точка на разгледаната по-горе тема – *x-неизвестният източник* и *медиаторите* на трансцендентална информация, – можем да кажем, че те са не само факт на обществената комуникация, но и представляват фактор по отношение на нейната устойчивост, адекватност и градивност. В същото време не бива да забравяме, че от една страна, *x-неизвестният източник* е извън възможностите на човека да контролира неговите комуникационно-информационни проявления, което води до невъзможност за обратна комуникационна връзка, или по-конкретно казано – до невъзможност да се докаже такава връзка. Към това може да се прибави, че *медиаторите* на трансцендентална информация са просто хора, разбира се, притежаващи особени способности, но и такива, които да

ги класифицират като нещо друго освен като хора. Затова ще кажем, че в рамките на обществената комуникация е необходимо да се изработват механизми за контролиране и коригиране на комуникационно-информационните проявления на *медиаторите* на трансцендентална информация, като се има предвид спецификата на *x-неизвестния източник*. Именно това следва да се приеме като част от задължителните условия във връзка с устойчивостта и сигурността на обществената комуникация.

References/ Литература

Grof, S. Psihologia na badeshteto. Sofia, 2000.

[Гроф, С. Психология на бъдещето. София, 2000.]

Palashev, N. Obshtestvena komunikatsia. Sofia, 2010.

[Палашев, Н. Обществена комуникация. София, 2010.]

Tarasti, E. Ekzistentsialna semiotika. Sofia, 2009.

[Тарастси, Е. Екзистенциална семиотика. София, 2009.]

За автора

Николай Палашев, професор, доктор на науките, УниБИТ. Научни интереси: обществена комуникация, комуникационна сигурност, корпоративни комуникации, психолингвистика, комуникационна трансценденталност, комуникационни стратегии, работа и отношения с медиите.

Членство: Съюз на учените в България, Българско информационно общество.

За контакт с автора: n_palashevj@abv.bg