

КОМУНИКАЦИЯТА КАТО СОЦИАЛЕН И КУЛТУРЕН ПРОЦЕС

Десислава Граматикова
Военна академия „Г. С. Раковски“

Резюме: Настоящата статия разглежда комуникацията като комплексен социален и културен процес, формиращ се чрез взаимодействието между хората и развитието на технологичните и медийните среди. Целта на изследването е да се анализират дефинициите и разновидностите на комуникацията, да се обособи разликата между понятията „комуникация“ и „общуване“, както и да се представят основните комуникационни модели – линейни и интеракционни. Методологичният подход включва теоретичен анализ на съществуващи научни теории, допълнен с историческа перспектива и съвременен прочит на цифровата комуникационна среда. Резултатите подчертават прехода от класическите модели на предаване към динамични мрежови структури, характерни за дигиталната епоха. Особено внимание се отделя на ролята на социалните медии, инфлуенсърите и визуалната комуникация, които трансформират разбирането за въздействие, авторство и ангажираност. В заключение, подчертава се необходимостта от интердисциплинарен подход за осмисляне на комуникационните процеси в съвременния свят.

Ключови думи: комуникация; общуване; социални медии; комуникационни модели; визуална комуникация

ВЪВЕДЕНИЕ

На пръв поглед терминът „комуникация“ изглежда лесен за разбиране. Той е сред най-често използваните понятия в социалните и хуманитарните науки и заема централно място в съвременното общество. Въпреки това ясното му дефиниране е затруднено и често има размити граници в обществената употреба. Универсалният му характер затруднява ясното му тълкуване и изисква интердисциплинарен подход (Burkart, 2000). Разграничават се над 40 различни подхода в зависимост от гледната точка на конкретната научна област – социология, антропология, психология и др. (Kashkin 2000). В известен смисъл интердисциплинарният характер на комуникацията затруднява достигането до нейната същност в цялото ѝ многообразие. Според Герхард Малецке комуникационната наука се състои от множество отделни сегменти, които съществуват във взаимовръзка, но не са обединени в една строга методологическа рамка (Maletske 1994).

Думата „комуникация“ произлиза от латинския глагол *communicare* – „споделям“ (Cobleу 2008), и се свързва с предаване и обмен на информация (Glare 2000). В най-широк смисъл комуникацията е взаимодействие и предаване на съобщения между участници (Georgiev 2001). Някои дефиниции включват не-съзнателни и нечовешки форми – например растенията „комуникират“ с пчелите чрез цветове (Ketcham 2020), а други я ограничават до съзнателни, символно-опосредствани действия (Dance 1970).

Пол Грайс акцентира върху намерението в комуникацията, като посочва, че съобщението може да бъде и истинно, и лъжливо (Blackburn 1998). Според Рос Бък комуникация възниква, когато поведението на един индивид влияе върху друг и намалява неговата несигурност (Buck 2002). Според Оксфордския дигитален речник терминът „комуникация“ е „предаване или обмен на информация, знания или идеи чрез реч, писменост, механични или електронни медии“ (Oxford English Dictionary). В други източници се предлагат следните определения:

- комуникацията е взаимен процес, чрез който хората интерпретират посланията, за да координират индивидуалните и социалните значения;
- тя представлява манипулация със символи или образи с цел да се предизвика реакция у получателя;
- комуникацията е процес, чрез който група или организация предава определен вид информация;
- тя е едновременно споделяне и създаване на смисъл чрез човешко символично действие.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Настоящото изследване използва разнообразни научни методи: анализ на дефиниции и форми на комуникация, с ясно разграничение между „комуникация“ и „общуване“. Прилагат се сравнителен анализ на линейни и интеракционни модели и синтез на различни теории за изграждане на цялостна представа за комуникационните процеси. Чрез дедукция се извеждат конкретни изводи, а историческият подход проследява еволюцията на комуникационните теории. Обобщението представя резултатите в синтезиран вид, докато методът на интеграция комбинира знания от различни научни области. За анализ на съвременни явления като социални медии и инфлуенсъри е използван и методът кейс стъди.

РЕЗУЛТАТИ

В началото е важно да се разграничат понятията „комуникация“ и „общуване“, често използвани като синоними, макар да описват различни аспекти на взаимодействието. Общуването е акт на пряк социален контакт и обмен на информация между хора, докато комуникацията обхваща предаването на информация, включително чрез медийни или технически средства (Aleksandrova 2013). Според Бернар Тусен тя е кръгов процес на трансфер на знания чрез кодирани отношения между говорещ и слушател. Съобщенията се предават чрез символично взаимодействие, което създава основа за общуване.

Комуникацията има два основни компонента – вербален и невербален. Първият включва устна и писмена реч, четене и слушане. Ефективната употреба на словото усилва въздействието на съобщението. Невербалната комуникация обхваща жестове, мимики, пози и телесен контакт, като допълва вербалното послание с емоционални и личностни нюанси (Håkansson 2013). Невербал-

ната комуникация е класифицирана в шест основни модалности, като чрез тях значително може да се повиши ефективността на комуникацията, но само ако се прилагат съгласувано и последователно (Danesi 2013):

- проксемика (пространствено поведение);
- кинетика (жестове и движения на тялото);
- паралингвистика (интонация, тембър, ритъм на речта);
- тактилност (допир);
- обонятелност (влиянieto на миризмите);
- цивилизационна модалност (влияние на облекло, предмети, технологии и културни знаци).

Процесът на комуникация обединява вербалната и невербалната ѝ форма, като позволява усвояване и предаване на опит както чрез език, така и чрез телесни или символни изразни средства. Според американския социолог Джордж Мийд комуникацията на ниски нива на биологичното развитие се осъществява основно чрез жестове и паразик, докато на по-високо ниво тя преминава през използването на символични кодове (Raynov 1993). Комуникацията се класифицира по тип: личностна (вътрешен диалог), междуличностна (взаимодействие в група), междувидова, цифрова и визуална. Исторически поглед към реторическата традиция показва, че темата за комуникацията е присъща на човешката цивилизация още от Древността. Мислители като Анаксимен, Питагор, Платон и Аристотел полагат основи, систематизирани от Квинтилиан в „Обучението на оратора“ (Radeva 2006). През Средновековието и с настъпването на индустриалната епоха комуникацията търпи дълбоки трансформации.

От XX век насам учените разработват разнообразни комуникационни модели, визуализирани чрез схеми, които се доразвиват и обогатяват. Те отразяват исторически променящите се представи за ролята на участниците, целите и ефектите на комуникацията. В рамките на комуникационната теория се разграничават два основни типа модели: линейни (транслационни) и интеракционни (кибернетични). През първата половина на XX век се развиват линейни модели, възприемащи комуникацията като еднопосочен пренос на информация от източника към получателя. Такива модели се появяват в лингвистиката (Сосюр, Фърт, Бюлер, Якобсон) и в техническите науки (Шенън и Уивър).

Следващото поколение комуникационни модели се определят като модели на социално взаимодействие – оттук произлиза и наименованието им „интеракционни“, което идва от латинската дума *interactio* – „взаимодействие“. Тези модели, често наричани „второ ниво“ в развитието на комуникационната теория, отхвърлят линейното разбиране за комуникацията като еднопосочен пренос на информация и поставят акцент върху процеса на взаимно влияние между участниците. Ключов елемент на всички интеракционни (кибернетични) модели е обратната връзка (feedback), която позволява динамично регулиране на комуникационния процес. Именно обратната връзка отличава интеракционните модели от линейните и ги доближава до реалните човешки взаимодействия, в

които реакцията на отсрещната страна е неотменима част от съобщението.

В съвременното общество се наблюдава ясно изразено господство на социалните медии спрямо традиционните информационни канали. Това води до формиране на нова културна и когнитивна нагласа относно начина, по който се възприема и разпространява новинарският поток. Напредъкът в методологиите за анализ на мрежи (network analysis) ни дава възможност да моделираме процесите на разпространение на информация и да изследваме как междуличностните връзки влияят върху индивидуалното поведение (Ognyanova 2017).

През последните години терминът „инфлуенсър“ – съвременният аналог на лидера на мнение, придобива глобално значение и променя парадигмите на въздействие в комуникацията. Според Q3 2023 Sprout Pulse Survey над 80% от маркетинговите специалисти са съгласни, че влиятелните лица са ключов компонент от цялостната стратегия за присъствие в социалните медии. Онлайн средата, в която те функционират – предимно социални мрежи, насърчава изграждането на сплотени общности, в които доверителните отношения между инфлуенсър и аудиторията водят до по-голяма ангажираност, влияние върху потребителското поведение и активна дигитална комуникация.

ИЗВОДИ/ДИСКУСИЯ

В контекста на съвременната медийна среда особено актуално остава твърдението на Маршал Маклуън, че *„средството е съобщението“*. Това означава, че всяка нова технология – или медия – оказва въздействие не само чрез своето съдържание, а преди всичко чрез самата си форма и присъствие. Последниците от нейната употреба надхвърлят конкретния контекст и трансформират начина, по който възприемаме реалността (Euchner 2001).

В съответствие с тези наблюдения съвременни изследователи посочват, че модерната комуникация е предимно дигитално-визуална – резултат от експанзията на глобалната телевизия, интернет и телекомуникационните технологии. Ефективността на всяко съобщение вече зависи не само от неговото съдържание, но и от начина, по който то е визуализирано, структурирано и представено в медийната среда.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Информацията е безспорно един от най-ценните ресурси на съвременното общество. Дейността, ориентацията и решенията на индивидите и социалните групи зависят в значителна степен от тяхната информираност и способността им да интерпретират и използват наличната информация ефективно. Както теорията на двустепенния поток, така и тази на многостепенния поток оказват съществено влияние върху разбирането ни за комуникационните процеси. Теорията за двустепенния поток акцентира върху ролята на лидерите на мнение като посредници между медиите и широката аудитория, докато многостепенният модел отчита сложната, мрежова структура на съвременната комуникация, в която информацията циркулира през множество взаимно свързани звена.

В условията на дигиталната ера тези модели продължават да бъдат релевантни, макар и с известни адаптации, които отчитат влиянието на социалните медии и онлайн общностите. Разбирането на тези теории ни позволява по-добре да осмислим механизмите, по които информацията се разпространява, трансформира или контролира в глобалното и взаимносвързано комуникационно пространство.

ЛИТЕРАТУРА

- АЛЕКСАНДРОВА, Д., 2013. *Основи на реториката*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 21.
- БУРКАРТ, П., 2000. *Наука за комуникацията*. Велико Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“, 495 с.
- ГЕОРГИЕВ, Б., 2001. Модели на комуникацията. В: БОЧКОВ, П.; ТОДОРОВ, О. (съст.). *Ловци на умове I. Лекции по антропология*. София: НБУ, стр. 123.
- КАШКИН, В. Б., 2000. *Введение в теория на комуникациите: Учеб. пособие*. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 175 с.
- МАЛЕЦКЕ, Г., 1994. *Психология на масовата комуникация*. София: Хъски, 302 с.
- ПЕТРОВА, К., 2018. Невербалната комуникация като средство за общуване. *Диоген. Алманах за философия и културознание*. Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, т. 12, бр. 1, с. 143 – 168. [viewed 24 April 2024]. Available from: <https://journals.uni-vt.bg/diogen/bul/vol12/iss1/art9>
- Цит. по EUCHNER, J., 2016. The Medium is the Message. *Research-Technology Management*, Informa UK Limited, 5(5), 2016, pp. 9 – 11.
- McLUHAN, M., 2001. *Understanding Media*. 2nd ed. Routledge.
- Цит. по РАДЕВА, В., 2006. *Реторика и аргументация*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 24.
- Цит. по РАЙНОВ, В., 1993. *Символното поведение на човека*. София: БАН, с. 13.
- БЛЕКБЪРН, С., 1998. *Комуникация и намерение*. doi: 10.4324/9780415249126-U006-1
- БЪК, Р.; ВАНЛИЪР, К., 2002. Вербална и невербална комуникация: Разграничаване на символично, спонтанно и псевдоспонтанно невербално поведение. *Journal of Communication*, 52(3), pp. 522 – 541.
- ЧАНДЛЪР, Д.; МЪНДЕЙ, Р., 2011. *Речник на медиите и комуникацията*. Oxford University Press.
- ДАНС, Ф. Е. К., 1970. Понятието „комуникация“. *Journal of Communication*, 20(2), pp. 201 – 210. doi: 10.1111/j.1460-2466.1970.tb00877.x
- ДАНЕЗИ, М., 2013. Невербална комуникация. В: ДАНЕЗИ, М. (ред.) *Енциклопедия на медиите и комуникацията*. Торонто: University of Toronto Press, ISBN 978-1-4426-9553-5.
- GLARE, P. (ed.). 2000. *Oxford Latin Dictionary*. Oxford: The Calderon Press, p. 369.
- ХОКАНСОН, Г.; ВЕСТАНДЕР, Й., 2013. *Комуникация при хора и други животни*. Amsterdam: John Benjamins Publishing. ISBN 978-90-272-0458-5.

ОГНЯНОВА, К., 2017. Многостъпков модел на комуникация: Мрежови ефекти. В: *The International Encyclopedia of Media Effects*. New York: Wiley-Blackwell, pp. 1 – 10.

OXFORD English Dictionary. Значение на думата *communication* (комуникация) на английски език. [viewed 24 April 2024]. Available from: <https://www.oed.com/search/advanced/Entries?q=communication>

РОЗЕНГРЕН, К. Е., 2000. За комуникацията. В: *Communication: An Introduction*. London: SAGE, pp. 1 – 2. ISBN 978-0-8039-7837-9.

КОБЛИ, П., 2008. Комуникация: дефиниции и концепции. В: ДОНСБАХ, В. (ред.) *Международна енциклопедия на комуникацията*. John Wiley & Sons, Ltd. ISBN 978-1-4051-8640-7. doi: 10.1002/9781405186407.wbiecc071

REFERENCES

ALEKSANDROVA, D., 2013. *Osnovi na retorikata*. UI „Sv. Kliment Ohridski“, s. 21.
BURKART, P., 2000. *Nauka za komunikatsiyata*. Veliko Tarnovo: UI „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 495 s.

GEORGIEV, B., 2001. Modeli na komunikatsiyata. V: BOCHKOV, P.; TODOROV, O. (red.). *Lovtsi na umove I. Lektsii po antropologiya*. Sofia: NBU, s. 123.

KASHKIN, V. B., 2000. *Vvedenie v teoriyu kommunikatsii: Ucheb. posobie*. Voronezh: Izd-vo VGTU. 175 s.

MALETSKE, G., 1994. *Psikhologiya na masovata komunikatsiya*. Sofia: Huski, 302 s.

PETROVA, K., 2018. Neverbalnata komunikatsiya kato sredstvo za obshtuvane. *Diogen. Almanakh za filosofiya i kulturoznanie*. Velikotarnovski universitet „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, t. 12, br. 1, s. 143 – 168. [viewed 24 April 2024]. Available from: <https://journals.uni-vt.bg/diogen/bul/vol12/iss1/art9>

Cited in: EUCHNER, J., 2016. The Medium is the Message. *Research-Technology Management*, Informa UK Limited, 5(5), pp. 9 – 11.

McLUHAN, M., 2001. *Understanding Media*. 2nd ed. Routledge.

Cited in: RADEVA, V., 2006. *Retorika i argumentatsiya*. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“, s. 24.

Cited in: RAYNOV, V., 1993. *Simvolnoto povedenie na choveka*. Sofia: BAN, s. 13.

BLACKBURN, S., 1998. *Communication and Intention*. doi: 10.4324/9780415249126-U006-1

BUCK, R.; VANLEAR, C., 2002. Verbal and Nonverbal Communication: Distinguishing Symbolic, Spontaneous, and Pseudo-Spontaneous Nonverbal Behavior. *Journal of Communication*, 52(3), pp. 522 – 541.

CHANDLER, D.; MUNDAY, R., 2011. *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford: OUP.

DANCE, F.E. X., 1970. The ‘Concept’ of Communication. *Journal of Communication*, 20(2), pp. 201 – 210. doi: 10.1111/j.1460-2466.1970.tb00877.x

DANESI, M., 2013. Non-verbal Communication. In: DANESI, M. (ed.). *Encyclopedia of Media and Communication*. Toronto: University of Toronto Press. ISBN 978-1-4426-9553-5.

GLARE, P., 2000 (ed.) *Oxford Latin Dictionary*. Oxford: The Calderon Press, p. 369.

HÅKANSSON, G.; WESTANDER, J., 2013. *Communication in Humans and Other Animals*. Amsterdam: John Benjamins Publishing. ISBN 978-90-272-0458-5.

OGNYANOVA, K., 2017. Multistep Flow of Communication: Network Effects. In: *The International Encyclopedia of Media Effects*. New York: Wiley-Blackwell, pp. 1 – 10.

OXFORD English Dictionary. Meaning of communication in English. [viewed 24 April 2024]. Available from: <https://www.oed.com/search/advanced/Entries?q=communication>

ROSENGREN, K. E., 2000. On Communication. In: *Communication: An Introduction*. London: SAGE, pp. 1 – 2. ISBN 978-0-8039-7837-9.

COBLEY, P., 2008. Communication: Definitions and Concepts. In: DONSBACH, W. (ed.). *The International Encyclopedia of Communication*. John Wiley & Sons, Ltd. ISBN 978-1-4051-8640-7. doi:10.1002/9781405186407.wbiecc071

COMMUNICATION AS A SOCIAL AND CULTURAL PROCESS

Abstract: *This article explores communication as a complex social and cultural process shaped by human interaction and the evolution of technological and media environments. The aim of the study is to analyze the definitions and types of communication, to distinguish between the concepts of “communication” and “interaction,” and to present the main communication models – linear and interactional. The methodological approach is based on a theoretical analysis of existing academic perspectives, complemented by a historical overview and a contemporary interpretation of the digital communication landscape. The findings emphasize the shift from classical transmission models to dynamic network structures, characteristic of the digital age. Particular attention is given to the role of social media, influencers, and visual communication, which reshape our understanding of influence, authorship, and engagement. The article concludes by underlining the necessity of an interdisciplinary approach to the study of communication processes in the modern world.*

Keywords: *communication; interaction; social media; communication models; visual communication*

Assist. Desislava Gramatikova

Scientific Advisor: Prof. Hristina Hristova, PhD

Rakovski National Defence College

Sofia, Bulgaria

E-mail: desigramatikova@abv.bg