

ФОРМИРАНЕ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКОТО ПОСЛАНИЕ: СПОНТАНЕН АРТЕФАКТ ИЛИ ТВОРЧЕСКА СПОНТАННОСТ

Цветан Кулевски*

Журналистът и аудиторията образуват комуникационна система при пораждаването и смисловото възприемане на посланието. И журналистът, и тези, които той информира, са субекти на общуването, но на различни равнища на активност. Ето защо взаимодействието между говорещия и слушащия може да бъде пълноценно изучено чрез изследване на текста. Така става видима поредицата от артефакти като продукт на журналистическото творчество.

Комуникационна система се образува тогава, когато продуктът на речевата дейност на журналиста става същевременно и предмет на активно смислово възприемане от аудиторията. По такъв начин текстът се превръща в съединяващ компонент или “ключалка” на системата. В него структурно са обособени функционалните особености на журналистическото послание.

СТРУКТУРА НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИЯ ТЕКСТ

С каквото и да се занимава човек, той винаги си остава включен в някаква обичайна жизнена дейност. Той трябва да е в състояние да се ориентира в множество индивидуални и неповторими ситуации, които съставят света на неговото неповторимо съществуване. Затова човешката дейност предполага и включва в себе си като необходим компонент всекидневното практически съзнание на хората. То е постоянно и неизбежно условие на човешкото съществуване в света. Под формата на практическо съзнание на субекта е даден преди всичко неговият жизнен свят, светът на неговата предметна дейност и общуване.

Реакциите на човешкия организъм на външния свят, взети в своята цялост, можем да наречем съзнание или съзнаване. Съзнаването е равно по обхват на живота. Всеки жив организъм се стреми да оцени различните обекти на своята среда, да открие кои са полезни и кои вредни, за да извлича полза от първите и да избягва вредите от вторите. Освен сетивните средства, използвани от другите същества, човекът употребява и словесни символи. Той не само превръща оценките на сетивата си в думи, но определя като ценностно и отношението на едно нещо към друго. По този начин човек създава философия, система от идеи и убеждения, изразени в словесна форма, която използва като средство за приспособяване към жизнения свят.

Както пише М. Бахтин, текстът се явява тази непосредствена действителност на мислите и преживяванията, която произвежда възнамеряваните от журналиста резултати под формата на познавателни отклици в съзнанието на слушателите. В журналистическата теория много важно значение има металингвистичната природа на текста.

* Цветан Кулевски е доктор по филология, доцент в катедра “Медии и масови комуникации”; тел.: 81-95- 370, e-mail: ts_kulevski@abv.bg

Посланието винаги е кодирано чрез определени знаци, които са вътрешно организирани в едно структурно цяло. Ето защо, за да може някаква съвкупност от изречения да бъде използвана като журналистическо послание, би трябвало да се убедим, че те образуват някаква вторична структура, или по думите на Ю. Лотман, че те са своеобразна вторична моделираща система, надстроена над естествения език. Това единство обуславя журналистическия замисъл и по този начин посланието може да се разглежда като неразчленим знак. Всички негови елементи получават смисъл само чрез съотнасянето им със смисъла на цялото послание. Тематичното единство и структурата на журналистическото послание са тясно свързани. Темата, т. е. единният смисъл, се изразява в цялата структура на посланието.

По мнението на Р. Барт текстът може да се определи като някакъв отрязък от речта, представляващ единство от гледна точка на съдържанието, предаван с помощта на вторични комуникативни цели и имащ съответстваща на тези цели вътрешна организация. Всяка знакова структура, изразяваща някакъв цялостен смисъл и изпълняваща определена културна функция, може да се разглежда като текст. Текстът на посланието е множествен. Това не означава само, че той има много смисли, а че осъществява истинската множественост на мисълта.

Журналистическото послание не е съвместно съществуване на смисли, а преход, прекосяване. То не е една свободна интерпретация, а изблик, взрив, разпръскване. Множествеността на текста на журналистическото послание не произтича от двусмислието на съдържанието му, а от стереометричната множественост на означаващите, от които е формиран. **Журналистическото послание**, както и всеки друг текст, **се разглежда в три главни отношения** преди всичко с оглед на действителността, която се отразява в него. **В първото отношение** най-съществено е съответствието между съдържанието и смисъла на текста, от една страна, и социалната действителност – от друга. Това съответствие е определящо условие за ефективността на журналистическото послание.

Като се разглежда журналистическото послание **във втория си аспект**, по отношение на аудиторията, се обръща внимание главно на избора на подходящи средства за изразяване на мисълта, която се съдържа в посланието, и на възможния контрол върху резултатите от убеждаващото въздействие.

И на трето място, по отношение на комуникатора, журналистическото послание се интерпретира като продукт на неговата дейност, отразяващо редица негови личностни и ролеви особености.

Убеждаващата функция на журналистическото послание се осъществява в условия, които по принцип допринасят за повишаване на ефективността му. Преди всичко обратната връзка в **системната триада журналист-послание-общественост** позволява на свързващото звено гъвкаво да се променя. Като се съобразява с реакцията на аудиторията – в ролята ѝ на критично размишляваща публика, журналистът повтаря отделни формулировки и ги пояснява в хода на изложението. Появява се и възможност за контрол над смисловото възприемане на публичното послание при неговото творческо конструиране.

Една от функциите на речевото общуване е убеждаващата. В теорията на речевата комуникация е възприет **двупластов модел на речево общуване, включващ**

социологически и комуникативен пласт. Съдържание на социологическия пласт на общуването е социалното взаимодействие на събеседниците, т. е. тяхното влияние върху поведението им, върху мислите и чувствата им. Съдържание на комуникативния пласт е предаването на посланието, по-точно обменът на информация между събеседниците. При това общуването не се свежда до просто предаване на информацията, а има по-дълбоко социално съдържание. Речевото въздействие се разглежда като форма на социално въздействие. Терминът речево въздействие съвпада с **понятието перлокуция, въведено от Дж. Остин. Неговият модел на речевия акт включва локуция – говорене, илокуция – комуникативно речево действие; перлокуция – речевъздействащ ефект на журналиста върху чувствата, мислите и действията на аудиторията.**

ТВОРЧЕСКА СПОНТЕННОСТ НА ПОСЛАНИЕТО

Публичното речево въздействие на журналиста, за разлика от перлокуцията на Дж. Остин, ще определим като очакван ефект, т.е. ние се ориентираме не от резултата от въздействието върху реципиента, а според комуникативното намерение на журналиста, изразено в посланието му и разпознато от публиката. Така ние съпоставяме речевото въздействие с комуникативното действие не според резултата и целта, а спрямо обектите на действието. Обектът на речевото въздействие е слушащият, а обект на комуникативно действие – самото послание. По такъв начин ни се дава възможност да анализираме по-пълно публичното речево въздействие като възнамерявани ефекти, с определена реакция върху обществеността.

Нека да анализираме малко по-подробно акта на речево взаимодействие. Негови компоненти са речевите действия на събеседниците, които осъществяват целите на общуването. При характеризирне на общуването като социално и комуникативно взаимодействие може да се говори за цели на социалното взаимодействие (речевъздействащи цели) и за подчинените им комуникативни цели (целите на предаването на журналистическото послание). Могат още да се отделят подчинените на речевъздействащите цели на речевото самоизразяване, които определят маниера на речевото поведение на журналиста. **Речевите действия имат три елементарни съставлящи:** речево въздействие със свой обект – приемателят на посланието, комуникативно действие със свой обект – самото публично послание, и речевото самоизразяване – като безобектна съставка. **Повечето речеви въздействия могат да се наблюдават от три страни:** първо, по речевото въздействие на названията им – поздравявам някого, хваля някого, дразня някого; второ, по комуникативното им действие – описвам нещо, потвърждавам нещо, отричам нещо; трето, по речевото самоизразяване – радвам се, шегувам се, злословя и др. п.

Основните типове речеви въздействия са: първо, социални въздействия; второ, волеизявления; трето, разясняване и информиране; четвърто, оценъчни и емоционални речеви въздействия.

Към първия тип, социалните въздействия, се отнасят особени ситуации на общуване, в които няма информация, но се вършат социални актове: приветствия, представяния, благодарности, извинения, прошки, съболезнования, обещания, по-

ръчителства, обръщения, молитви, заклинания, посвещения. Журналистът се ръководи от речедействията, но не от комуникативната цел. Актовете на речево взаимодействие, които се отнасят към особените типове общувания – общуванията дейности, характеризиращи се със собствени речеви цели, се различават от общуванията действия, подчинени на социалното взаимодействие, които всъщност не са дейности в строгия смисъл на думата. Следователно общуванията действия и общуванията дейности са два основни типа речеви взаимодействия. Общуванията дейности основно включват ритуалните форми на речево поведение, в които речта на журналиста е самоценна. Речевото въздействие на журналиста върху поведението на приемателя е да предизвиква у него ответни социални действия, т. е. то има конвенционален характер. Реакциите на приемателя на речевото въздействие от този тип са обикновено стандартни и следват социалните норми.

Към втория тип – волеизявленията, се отнасят онези речеви въздействия, които са насочени към поведението и постъпките на приемателя на посланието, заставяйки го да действа в съответствие с желанието и волята на журналиста. Видовете волеизявления се различават по ролята си в акта на речево взаимодействие (те се проявяват и като действия, и като реакции); по характера и по силата на речевото въздействие. По характера на речевото въздействие се обособяват следните речеви действия: заповед, повеля, призив, указание, съвет, предложение, молба, молба за разрешение, въпрос, пожелание. Към реакциите на волеизявленията се отнасят следните видове речеви действия: съгласие, несъгласие, възражение, отказ, разрешение, забрана. Изброевите видове волеизявления, както и социалните въздействия, могат да се нарекат форми на речево въздействие. Волеизявленията действия са подредени по намаляващата степен на силата на речево въздействие: с най-голяма сила е заповедта, а с най-малка – пожеланието. Що се отнася до волеизявленията реакции, най-слаба от тях е реакцията “съгласие и разрешение”, а най-силна – “отказ и забрана”. Волеизявленията действия могат да предизвикат у събеседника съответно реакции на подчинение, съдействие и противодействие на волята на журналиста.

Към третия тип речеви въздействия се отнасят стратегиите за разясняване и информиране. Към речевите актове по информиране можем да отнесем: съобщаване, предупреждаване, известяване, докладване, отчитане, разказване, изповядване, признаване, поверяване, обявяване, деклариране, заявяване. Към речевото въздействие разясняване могат да се отнесат обясняване, разтълкуване, просвещаване и т.н.

Към четвъртия тип речеви въздействия се отнасят оценъчните и емоционалните. Към оценъчните биха могли да се причислят порицание, осъждане, похвала, одобрение, обвинение, защита, оправдание – те са насочени към чувствата на събеседника и почиват на общоприети морални критерии. Този тип речеви въздействия се делят на положителни – похвала, одобрение, защита, оправдание; и отрицателни – порицание, осъждане, обвинение. Емоционалните речеви въздействия се отличават от оценъчните главно по това, че са свързани не с установени обществено-правни отношения, а спадат към областта на междуличностните субективно-емоционални отношения. Те биват оскърбление, бранене, заплаха, насмешка, ласка, одобрение, утешение. Тук се включват много междуметия, възклицания и т. н. Обикновено се свързват три момента – тематично съдържание, стил и композиционен строеж.

ТЕКСТЪТ КАТО СПОНТАНЕН АРТЕФАКТ

Производството на възнамерявани резултати е сложен процес. Едната му страна са обяснителните техники, върху които почива публичното послание. Другата страна е разбирането на чутото от обществеността. Разбирането е възелът, свързващ познанието и общуването. Колкото разбирането е по-правилно, по-вярно, толкова познавателните отклици са по-истинни.

За да се постигне търсеният мост между обяснението и разбирането, да се установят рамките на действителното им единство, е необходимо да се разбере тяхната логическа и функционална структура, смисловата и контекстуална им определеност. Това би помогнало да се вникне по-задълбочено в интелектуалните способности на разума ни и би пояснило в частност самата същност на теорията и практиката на журналистическото творчество. На тази основа можем да приближим разкриването на главните принципи за производство на възнамерявани резултати чрез убеждаващата сила на журналистическото послание с общата му логика и вътрешни зависимости.

Обяснението може да се сметне като отговор на въпроси от вида: “Защо?”, “Как е възможно?”, “С каква цел?” – с предназначение да ориентират аудиторията, възприемаща публичното послание. При него познатото се прави разбираемо чрез свеждане до обичайното и достоверно установеното или се подчинява на предварителните намерения на журналиста, за да се извикат съответни познавателни отклици в съзнанието на размишляващата критично общественост. В теорията на публичните комуникации то не играе единствено ролята на реторичен метод, а се прилага като необходима процедура, извикана от потребността за производство на възнамерявани резултати, т. е., за да се осъществи убеждаващата функция на публичното послание. Достатъчно е да се посочи съдържателната връзка на обяснението с процесите на теоретичната идеализация, с проникването на мисленето на обществеността в принципно нови сфери и проблеми, с възможността да се прилагат конкретните знания и в творческия журналистически процес.

Същността на обяснението в публичното послание се разбира от неговата структура, от свързаността му с описанието, с принципа на причинността, та дори и от ирационалните му основания, изразени в прилагането на някои манипулативни техники с цел засилване изразността на обясняваното явление. За нуждите на журналистическата теория е напълно достатъчно твърдението, че обяснението е инструментално знание, плодотворно в определен контекст и за определена частна аудитория. Обяснителната техника обикновено се изразява в избягване на съществени факти, съдържащи историята на станалото събитие, което би трябвало да доведе до премахване на алтернативните хипотези за това, как събитието се е извършило, или недоумението по този въпрос. Обяснението в журналистическото послание е моделиране на изходните факти. То се определя от контекста на идеите, представите и методите, разработвани от журналистите.

Обяснението в публичното послание има интенционална природа, то изцяло отразява намеренията на журналиста, продиктувани от предполагаеми очаквания на частта от обществеността, върху която се въздейства, за да се повиши степента на

чувствителността по даден въпрос. Обяснението е вид реакция на удивлението от необичайността на някакъв факт или наблюдение. Функцията му е в представянето на това удивление чрез привеждане на обясняваното явление в съответствие с възприетите идеи за естествения порядък. Тук под естествен порядък разбираме наличието на такива светогледни постановки, непоставяни под съмнение от обществеността, на която се въздейства чрез публичното послание. Обяснението в публичното послание се отнася към тази част от дейността на журналиста, която може да включва (а може и да не включва) в себе си излагане на формални илюстративни аргументи.

По същество обяснението в журналистическите текстове е подчинено на разбирането. Става дума за едно своеобразно обяснение разбиране, което се изразява в моделиране на фактите, за да се приспособят към възприетите идеи и принципи за естествения ред на нещата. Тази процедура се осигурява чрез езика на посланието, включващ закони и емпирични обобщения; чрез методите за изобразяване, с помощта на които даден журналист показва, а не доказва дедуктивно, откритите от него общи положения, служещи за разпознаване на обяснявания обект. Журналистът стига до обяснението чрез овладяване на нормите и навиците за това, свойствени на подвластната му част от обществеността, върху която той въздейства със своето послание. Обяснението в журналистиката има социокултурна и психологическа обусловеност. Особено значение има установяването на зависимостта на обяснението от идеалите и нормите на обществеността, от спецификата на търсените познавателни отклици и освобождаването му от универсални логически схеми. Този подход крие известна опасност от прекалено релативизиране и психологизиране, от подмяна на действителната логика на посланието с превратна картина. Формирането на идейния свят на обществеността не би могло и да се обясни само в психологически влияния и закономерности. Определящи са наличните познавателни способности и цели, както и практическата обиграност на публиката.

ЛОГИЧЕСКО ОСМИСЛЯНЕ НА ТЕКСТА

Разбирането не е само проумяване, а и съпреживяване, вчувстване, докосване до интересни за слушателите значения на разглежданите в посланието неща и явления. То е възел за свързване на познанието и общуването в едно. Колкото разбирането е по-точно, толкова формираните познавателни отклици са по-устойчиви. Разбирането в по-малка степен от обяснението се поддава на логическа формализация. Все пак могат да бъдат разграничени седем значения, в които се използва понятието разбиране:

Първо, следване на зададено или избрано направление: ако индивидът Х, прочитайки жп разписанието, може да избере нужния му влак, ние твърдим, че Х е разбрал посланието.

Второ, способност за прогнозиране: У е изказал своите намерение, а Х е предположил какви действия на У ще последват от това изказване; ако предположението на Х е правилно, значи, че той е разбрал посланието на У.

Трето, способност за даване на словесни еквиваленти: Х е разбрал изказването на У, ако Х е способен да предаде съдържанието му със свои думи, а У да потвърди, че именно това е искал да каже.

Четвърто, съгласуване на програми за действие: Х разбира У, ако те са в състояние да постигнат съгласие относно това, как трябва да действат в някаква конкретна ситуация; не е задължително съгласието да се постигне словесно, понякога са достатъчни и паралингвистични средства – жест, мимика.

Пето, решаване на проблеми: Х разбира проблема, ако е в състояние да предприеме или опише последователността от действия, които ще доведат до неговото решаване.

Шесто, способност за осъществяване на приемлива реакция: разбирането се изразява в съотнесимостта на изказванията за предмета на общуването; събеседниците постигат някакво единно становище за същността на обсъжданото послание.

Седмо, реализирана способност за правилно провеждане на разсъждения: разграничаване на две или повече сходни ситуации; адекватно действие на приемателя спрямо ситуацията; това е способност да се прилагат изменящи се действия към изменяща се ситуация на изменящ се обект.

Разбирането на публичното послание предполага адаптация на концептуалното мислене на приемателя към съвкупността от явления, които му поднася журналиста. Ето защо в журналистическото творчество голямо внимание трябва да се отделя на подготовката на текста на посланието. Структурата и семантиката на текста образуват само едната част на сложния механизъм, наречен разбиране. Другата му част се съдържа в съзнанието и паметта на индивидите, възприемащи посланието. Когато тези два компонента встъпят във взаимодействие, тогава чак настъпва процесът на възприемане и разбиране. Слушаният винаги изпитва определени затруднения при разбирането на посланието. Текстът е не само елемент на конкретен комуникативен акт, но е и действително средство за разширяване на обема на паметта на приемателя. Човекът не е оптимално запомнящо “устройство”. Обемът на паметта му е ограничен. Може да се каже, че в човешката запомняща система, т. е. в паметта, се записва не материалът на нашия опит, а смисълът на този материал. Хората се стараят не толкова да запомнят, колкото да разберат чутото. След известно време приемателят е в състояние да възпроизведе смисъла на публичното послание, а не на цялото съдържание. Възпроизвеждането на смисъла на посланието винаги е свързано с това, как то е било разбрано. Разбирането е последователно изменение на структурата на пресъздадените в съзнанието ситуации и преместване на мисления център на ситуацията от един неин елемент към друг.

Всеки жив организъм трябва поне минимално да се приспособява към жизнената си среда, за да може да живее. Названието, което обикновено даваме на един аспект от този процес на приспособяване, е разбиране. Само при човешкия вид, и никъде другаде, разбирането е процес на приспособяване и изразяване чрез символни средства. Човекът е надскочил границата на сетивните възприятия. Той може да схваща и интерпретира своя жизнен свят чрез символи. Използването на сетивно-символната способност в процеса на приспособяване намира израз в словесни формули, които можем да наречем убеждения. Сумата от всички убеждения на дадена

общност можем да наречем нейна философия. Разбира се, философията е тясно свързана с други аспекти на културната система, от която тя е част: с технологията, със социалната организация и с формите на изкуството. Тук обаче ние разглеждаме философията на общността като техника на интерпретация, като начин за разбиране на света, така че свързаното с този свят да бъде от най-голяма полза за човека.

Убежденията могат да бъдат изследвани от различни гледни точки. Анализът им може да бъде аксиологически, да се отнася до ценностното им съдържание и идейната им ориентация в по-тесния смисъл на думата. Той може да бъде и гносеологически, да е насочен към разкриване на познавателното им съдържание, тяхната логическа обоснованост и истинност. Психологическото им изследване предполага повече или по-малко абстрахиране от техния ценностен аспект и логическа обоснованост, като акцентът се поставя върху нерационалните начини за въздействие над личността при тяхното формиране.

По традиция убежденията се схващат като част от рационалната сфера на личността. При теоретичен анализ тази сфера се разглежда обикновено като състояща се от разум и разсъдък, а понякога в нея се включват и интуицията, и здравият смисъл. Много по-често убежденията са били тема не на философите, а обект на психологически и педагогически интерес. Разграничавайки традиционно рационалната от емоционалната и волевата сфера на личността, психологията разглежда рационалната сфера като съсмысл. Много по-често убежденията са били тема не на философите, а обект на психологически и педагогически интерес. Разграничавайки традиционно рационалната от емоционалната и волевата сфера на личността, психологията разглежда рационалната сфера като съсбежденията към рационалната сфера на личността едва ли е съвсем прецизно. По-скоро те трябва да се разглеждат като своеобразни интегриращи звена спрямо трите сфери на личността, съдържащи в себе си аспекти както от рационалната, така и от емоционалната и волевата сфера. Тяхното различие от мненията и възгледите е свързано с много по-голямата им устойчивост, сигурност и увереност на личността в правилността им. Това намира израз и в съответните устойчиви форми на нейното поведение. Интегриращият характер на убежденията се проявява в интегралния характер на функциите, които изпълняват. Те описват определени неща като истини или неистини, верни или неверни; оценяват ги като добри или лоши, правилни или неправилни; насочват личността към определено поведение и поддръжка на това, което е оценено позитивно.

Поради своя обединяващ за трите сфери на личността характер, убежденията възпроизвеждат във вътрешната си структура тези три сфери. Познавателният компонент представлява определено значение за това, което е истинно или неистинно, добро или зло, желано или нежелано. Този компонент съдържа в себе си както оценъчно-нормативно, така и описателно знание. Убежденията съдържат също и емоционален компонент, който се проявява с различна степен на интензивност, когато трябва да се защитава обектът, към който те са насочени. Третият компонент е поведенският, който е свързан с последователните етапи от осъществяването на познавателния и емоционалния компонент.

Тази трикомпонентна структура на убежденията все още не ни показва техния обединяващ характер. Той може да бъде разкрит по-ясно, ако убежденията се структурират йерархически около няколко първични, основни образувания, притежа-

ващи висока устойчивост, а следователно и висока емоционална натовареност и тенденция да се осъществят в поведението. Всеки човек притежава увереност в група от истини за действителността и загубването на вярата в тях води до тежък психически, нравствен и идеен срив. Такава истина е например увереността, че светът около теб обективно съществува, че ти си син на своите родители и т. н.

Освен по критерия на устойчивост убежденията могат да бъдат групирани и по обхват, като се започне от такива, които имат глобално значение, и се стигне до свързаните с конкретни факти и ситуации. Независимо от трикомпонентната структура на убеждението, познавателният момент в него има водеща роля. Затова убеждението често се дефинира като преживяване на истинността на определени знания. Под знание обикновено се разбира това, което съдържа обективна истина и се противопоставя на заблудението. Знанието представлява съвкупност от познавателни образи, в които се отразява жизненият свят в съзнанието на човека.

Знанието е съвкупност от истинни съждения. Обикновено не съществува такова съждение, което да е истинно по отношение на един човек и лъжливо по отношение на друг. По друг начин стои въпросът, когато става дума за оценката на това съждение от конкретния индивид, т. е. когато става дума за убеждението на личността. Знанието в строгия смисъл на това понятие е най-много желаният, но далеч не единственият възможен резултат от познавателно-практическата дейност на човека. Правилно би било да се говори за убеждението като феномен на съзнанието, включвайки в него и оценъчното отношение не само към знанието, но и въобще към всеки възможен резултат от процеса на познанието.

Оценъчното отношение към знанието, намиращо място в убеждението на човека, се характеризира с наличието на две страни. Едната от тях представлява конкретният човек, а другата – изказването за един или друг обект от действителността. Затова разграничаваме субект на убеждението – този, който е убеден, и предмет на убеждението – това, в което някой е убеден.

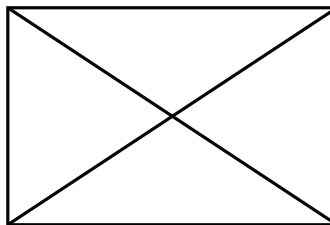
Убеждението включва оценъчното отношение към съществуващата в съзнанието информация. То се проявява под формата на приемане или отхвърляне на информацията и се изразява в оценъчни понятия, отразяващи степента на доверие към произтичащите от информацията норми. Свойствената за убежденията на личността оценка за резултата от познанието може да се изрази чрез оценъчни понятия, като признато-отхвърлено, прието-отречено и т.н. Един човек може да признава истинността на съждението С1 и в същото време друг човек да признава истинността на съждението не-С1, или – което е равнозначно, да отхвърля истинността на С1. Освен това, признавайки истинността на С1 в даден момент от време Т1, индивидът може да не я признае в друг момент от време Т2 или обратно. Последното като правило се определя от изменението на интересите, потребностите, равнището на образованост и въобще от културното равнище на конкретния човек, както и от постиженията на човешкото познание като цяло. Приблизително това се цели и чрез публичното послание в журналистическата технология, което ние нарекохме производство на възнамерявани резултати. Можем да запишем: А признава (отхвърля) С1 в момент Т1 – където А е променлива, обозначаваща субекта на убеждението. По такъв начин убеждението се явява преди всичко като прагматическа категория.

Признаването определя характера на формирането на основата на някакво знание – убеждение. Едно или друго знание се превръща в позитивно убеждение на личността, когато то не противоречи на нейния жизнен опит и на нейните жизнени потребности. Именно личностната оценка на знанието и волевата решимост за осъществяване на произтичащите от него следствия превръщат знанието в убеждение на личността. Знанието приема форма на убеждение след филтрацията му през призмата на индивидуалното съзнание. Знанието съществува в съзнанието на човека като потенциално убеждение. В случай на неговото включване в сферата на практическата дейност, човек по необходимост е длъжен да изрази своето строго еднозначно отношение към него. Признаването или отхвърлянето на знанието в качеството му на обективна истина ще предопредели характера на формиращото се убеждение: то ще бъде или позитивно, или негативно. Последното ще определи насочеността на дейността на човека. В това се крие смисълът на оценъчната функция на убежденията, която съществено ги отличава от обичайните знания.

Наличието на оценъчна функция означава, че чрез убежденията на човек не толкова се отразяват явленията на социалната действителност, колкото се съдържа ясно изразено еднозначно оценъчно отношение на човека към самия резултат от познанието. Убеждението е не просто познавателен, а оценъчно-познавателен образ на действителността. Убеждението е форма на функциониране на знанието на равнището на индивидуалното съзнание. Разбира се, у човека могат да се формират както истинни, така и лъжливи убеждения. Ако дадено съждение C_1 не съдържа в себе си адекватно отражение на социалната действителност, синтактически правилно и пълно, то се формулира като C_1 – лъжливо. Лъжливите съждения също могат да бъдат оценявани като достоверни. С помощта на приетите означения записът би имал следния вид: А признава (отхвърля) истинността на съждение C_1 в момент T_1 , при това C_1 може да бъде или истинно, или лъжливо. Логическите следствия, произтичащи от употребата на изказвания, изразяващи състояния на убеденост, могат да се покажат, анализирайки взаимовръзката на функтора “убеден” с други познавателни функтори, като “допуска”, “съмнява се”, “отхвърля”. За изобразяване на отношенията между функторите можем да използваме схема, сходна с тази на известния логически квадрат, илюстриращ отношенията между атрибутивни съждения.

А е убеден, че C_1
(А признава C_1)

А е убеден, че не- C_1
(А отхвърля C_1)



А допуска, че C_1

А се съмнява, че C_1

Използвайки горната схема, можем да установим следните зависимости между познавателните функтори:

Първо, ако е истинно изречението А е убеден, че С1, то изречението А е убеден, че не-С1 е лъжливо и обратно; ако пък изречението А е убеден, че С1 се явява лъжливо, то изречението А е убеден, че не-С1 е неопределено, т. е. то може да бъде както истинно, така и лъжливо и обратно.

Второ, от истинността на изречението А е убеден, че не-С1 произтича лъжливостта на изречението А допуска, че С1 и обратно; същото е вярно и по отношение на двойката изречения А е убеден, че С1 и А се съмнява, че С1.

Трето, ако е истинно изречението А е убеден, че С1, то е истинно и изречението А допуска, че С1, но не и обратното; същото е вярно и по отношение на изреченията А е убеден, че не-С1 и А се съмнява, че С1.

Четвърто, от лъжливостта на изречението А допуска, че С1 произтича и лъжливостта на изречението А е убеден, че С1, но не и обратното; същото се отнася и за двойката изречения А се съмнява, че С1 и А е убеден, че не-С1.

Пето, от лъжливостта на изречението А допуска, че С1 произтича истинността на изречението А се съмнява, че С1.

Очевидно е, че изведените зависимости са валидни тогава, когато става дума за един и същи човек в едно и също време. Те за яснота могат да се илюстрират със следния пример: Ако е истинно твърдението, човекът е убеден в истинността на изказването, че всички планети светят с “отразена светлина”, то следователно той отхвърля истинността на противното: “Нито една планета не свети с “отразена светлина” и противоречащото му “някои планети светят с “отразена светлина”.

УБЕЖДАВАЩАТА ФУНКЦИЯ НА ПОСЛАНИЕТО

За да можем да анализираме по-добре убеждаващото въздействие на журналистическото послание, е необходимо да построим теоретичен модел на убеждението. За такъв може да ни послужи някаква идеална конструкция, отразяваща изследвания обект в единство със съставлящите го елементи, както и в неговите съществени взаимовръзки с другите проявления на човешкото съзнание. Този модел в известна степен ще опрости и ще окрупни действителните взаимовръзки между елементите вътре в убеждението. За сметка на това пък ще ни се отдаде възможност да изведем на преден план същественото, определящо убеждението като феномен на съзнанието, върху който може да се въздейства чрез журналистическото послание.

Обикновено в съдържанието на убеждението като феномен на съзнанието по-голяма част от изследователите включват знанието, било то с по-голяма или по-малка точност и дълбочина, чувството като преживяване на човешкото отношение към дадените знания и готовността за действие като потребност на човека да посъпва по определен начин, в съответствие с формиращото се у него отношение към даденото знание. Затова често убеждението се определя като преживяване на истинността на определени знания и идеи.

Убеждението е качествено ново явление на съзнанието. И както съзнанието не е нищо друго освен една специфична човешка способност да се осъзнава, да се съди,

така и убеждението е способност на човека да се убеждава и естествено да бъде убеждаван. Убеждението не е проста сума от съставлящите го елементи. Нито пък е един от тях, допълнен механично с другите. То може и трябва да бъде разглеждано като функция от взаимодействието на съставлящите го елементи. В резултат на това теоретичният модел на убеждението ще има следния вид:

$$Y = f(З, Ч, Ло),$$

където Y е убеждение, $З$ – знание, $Ч$ – чувство и $Ло$ – личен опит на човека.

Съгласно този теоретичен модел процесът на убеждаването представлява процес на взаимовръзка и взаимопроникване на показаните по-горе елементи, всеки от които изпълнява строго определена функция. Изключването на който и да било от елементите на убеждението, води до изчезването му като специфичен феномен на съзнанието.

Този теоретичен модел е пределно общ, но за нуждите на журналистическата теория той може да бъде конкретизиран. Когато писахме за **петте случая на степени на убеденост**, отбелязахме **два аспекта: първо**, познавателен – изказването за предмета на убеждението може да бъде характеризирано от гледна точка на неговата истинност или лъжливост; **второ**, прагматически – как оценява субектът на убеждението дадено изказване. Предложеният теоретичен модел би трябвало да отразява възможностите за възникване както на истинни, така и на неистинни убеждения. За целите на нашия анализ би било коректно като елемент, съставлящ познавателната страна на убеждението, да включим не знанието като резултат от човешкото познание, в което явленията и процесите на социалната действителност са отразени адекватно, а нещо много по-общо, в което знанието да се намира в единство със своята противоположност – заблуждението.

Като такъв елемент от съдържанието на убеждението може да се разглежда информацията, разбирана като съвкупност от субективни образи на обективната социална действителност, формиращи се в хода на познавателно-практическата дейност на човека. Образът представлява идеално образувание, възпроизвеждащо в своята основа структурата и закономерностите на функциониране на обекта в съответствие с характера на дейността на човека. Образът не влиза в съзнанието на човека в готов вид, а се формира от субекта в хода на неговата познавателно-практическа дейност във вид на спонтанен артефакт. Не би било погрешно субективността на образа да се тълкува като произволност, едностранчивост и дори погрешност при опознаване на социалната действителност. Субективността на образа показва, че той възниква и се формира в съзнанието на човека в резултат от дейността на неговия мозък. Субективността на образа показва и неговата съотнесеност с интересите и целите на човека, които той се стреми да осъществи. Субективността не е погрешна по отношение на своята познавателна значимост, а е само повече или по-малко ограничена по отношение на своите резултати. Субективният образ опознава обекта от действителността, но го прави не огледално, а творчески. Самата журналистика е творческа спонтанност. Истина не е една и завършена. Тя се постига не изведнъж и не цялата. Истината е поредица от съответствия на действителността. Тя се характеризира с помощното понятие плътност на описанието. Ето защо постигането на истината е процес на

вечно и безкрайно приближаване на образа към обекта от действителността. Спонтанните артефакти полагат основите на журналистическата творческа спонтанност.

Осъществявайки целите, които човек си поставя в своята практическа дейност, той често се сблъсква с невъзможността за тяхната пълна реализация. Последното може да се обясни с факта, че в процеса на формиране на образа не са били взети под внимание никакви необходими характеристики на обекта на познанието, а формираният образ е изобразил всъщност фиктивно обекта, т. е. той е едно заблуждение. В този случай под съдържание на информационния елемент се разбира съвкупността от субективни образи на обективната действителност. Оттук е ясен и произходът както на истинните, така и на лъжливите убеждения. Истинността или лъжливостта на убежденията се обуславя от степента на съответствие на съдържанието на информационния им елемент на обективната действителност.

Информационният елемент е едната страна от съдържанието на убеждението. Другата, не по-малко съществена негова част, е оценъчният елемент. Една или друга оценка на субекта за предмета на убеждението му може да се формира въз основа на рационално-практическото отношение към наличната информация, а също така – на значимостта на даден обект за жизнената дейност на човека. В първия случай оценката се определя с такива оценъчни понятия, като достоверно-недостоверно, правомерно-неправомерно и т. н. Във втория – тя се обобщава чрез оценъчните понятия целесъобразно-нецелесъобразно, полезно-вредно и т. н. Рационално-критическото отношение предполага такава мисловна дейност, в резултат на която се формира повече или по-малко стройна аргументация за това, защо дадена личност приема, че едно и също нещо стои по един, а не по друг начин. Очевидно е, че тези аргументи ще се движат в доста широки граници – от основанията, известни като позоваване на авторитети, до съждения, описващи установени от науката факти. Това са спонтанните артефакти.

Значимостта на който и да било обект за жизнената дейност на човека се изразява в чувствено-емоционалното отношение към него. Убежденията, оценъчният елемент на които е формиран на основата на чувствено-емоционалното отношение към техния предмет, са относително неустойчиви, но заедно с това се отличават със значителна консервативност. Рационално-критическото и чувствено-емоционалното като основа за формиране на оценъчния елемент на убежденията са равностойни.

Съставен елемент на съдържанието на убеждението се явява и волята на субекта, т. е. способността за извършване на съзнателни, целенасочени действия и постъпки, осъществяването на които е свързано с преодоляването на значителни трудности. Тя намира израз във властта на човека над самия себе си. Благодарение на волята убежденията получават определена насоченост, регулират дейността по такъв начин, че увеличат човек към такива постъпки, които са най-полезни за него. Ето защо нашият видоизменен теоретичен модел на убеждението, подходящ за журналистическата теория, ще изглежда така:

$$У = f (И , Оц , В),$$

където У е убеждение, И – информационен елемент, Оц – оценъчен елемент, В – волеви елемент.

Убежденията могат да се оприличат на своеобразна карта на непозната местност с нанесени върху нея предполагаеми маршрути, по която предстои да се извърши пътешествие.

ХОРИЗОНТИ НА ТВОРЧЕСКАТА СПОНТАННОСТ

С оглед на по-доброто възприемане на журналистическото послание много съществена роля от структурообразуващите елементи на убеждението играе информационно-познавателният елемент. От своя страна, той изпълнява три важни роли, има три основни функции – интерпретираща, обосноваваща и оправдателна. В своята интерпретираща функция информационният елемент служи като филтър за възприемане на нови знания за социалната действителност. Съвкупността от убеждения образува своеобразен идеален свят от артефакти, в рамките на който се възприема всяка нова информация. В своята обосноваваща функция информационният елемент в убежденията служи като фактор, от който следва определен тип поведение. Най-съществена от гледна точка на журналистическото творчество е оправдателната функция на убеждението. Тя се състои в това, че то рационализира и оправдава намеренията и действията на личността, като ги свързва с общоприетите норми. Когато в журналистиката говорим за производство на възнамерявани резултати, ние имаме предвид факта, че чрез публичното послание обществеността може да бъде насочвана и направлявана с цел промяна на нормите.

Когато човек няма цялостно знание за действителността, тогава убежденията му изпълняват ролята на оправдаващи средства спрямо ценностните му ориентации, и по-специално – спрямо съвестта като интериоризирано обществено мнение. Той не извежда ценностите си от знанията, а възприема знанията съобразно с ценностите си.

Специфична особеност на журналистическото послание е неговата адресираност. Формите на тази адресираност съответстват на два типа комуникация. Единият тип комуникация намира израз в послания, които са точно адресирани към отделни индивиди, а другият тип комуникация обхваща група от хора и предполага контакт с такава аудитория, за която е значима адресираната до нея информация. Журналистическото послание не само информира, но и социално ориентира обществеността.

Текстът на посланието е нещо делимо на части и затова неговото възприемане и разбиране не е еднакво в цялата му “своеобразна протяжност”. Текстът на журналистическото послание е система, образувана от поредица елементи, които се разбират с различна степен на вероятност. В този смисъл можем да разглеждаме журналистическото послание като функциониращо цяло. Различните степени на разбиране са обективна предпоставка за поляризация на аудиторията. При разбирането протича процес на прецентриране, т. е. преместване на центъра на обясняваната ситуация от един елемент към друг. Прецентрирането на структурата на ситуацията не е линейно, а се извършва често пъти скокообразно.

Обобщавайки приведените дотук съображения за обяснението и разбирането, стигаме до интересната идея за единството на двете интелектуални операции. Антиномията на обяснението и разбирането се представя в познавателния акт на осмислянето. То е онова трето, контактено тяло, което може да поеме натрупаните напрежения.

Чрез осмислянето се осъществява своеобразният контакт между обяснението и разбирането. То е процедура за превръщане на непознатото в познато, за усвояване на фактите от публичното послание, за производство на възнамерявани резултати чрез техниките за връзки с обществеността. Най-близко до съдържанието му стои понятието за приемане, съгласие. Осмислянето завършва акта по създаване на познавателни отклици. По такъв начин поредицата от спонтанни артефакти се превръща в ядро на журналистическата творческа спонтанност.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА:

1. **Абаняно, Н.** Въведение в екзистенциализма. С., 2006
 2. **Ангов, К.** Разследваща журналистика. С., 2005
 3. **Арънсън, Е.** Човекът – социално животно. С., 2005
 4. **Барт, Р.** Разделението на езиците. С., 2004
 5. **Бенвенист, Е.** Езикът и човекът. С., 1993
 6. **Джеймс, У.** Прагматизмът. С., 2004
 7. **Лотман, Ю.** Култура и информация. С., 2001
 8. **Стойков, Л.** Култура и медии. С., 2006
 9. **Тодоров, П.** Етюди по иновации в масмедииите. С., 2005
- ФРОЙД, З. ЕСТЕТИКА, ИЗКУСТВО, ЛИТЕРАТУРА. С., 2001**

**ФОРМИРАНЕ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКОТО ПОСЛАНИЕ:
СПОНТАНЕН АРТЕФАКТ ИЛИ ТВОРЧЕСКА СПОНТАННОСТ****Резюме**

В студията се прави обстоен теоретико-логичен анализ на формирането на журналистическото послание като последователност от спонтанни артефакти. В качеството им на мисловни отражения на действителността се доказва, че те полагат основите на една своеобразна „творческа спонтанност“, която е ядро на цялостния журналистически процес.

**JOURNALISTIC MESSAGE: SPUR OF THE MOMENT ARTIFACTS OR
SPONTANEITY CREATIVE WORK****Abstract:**

In this article is making a detailed theoretic-logical analysis to form journalistic message as succession on the spur of the moment artifacts. In its quality thought reflection of reality it proves that they put the root of one in a peculiar manner “creative spur of the moment” which is the main body of the entirety journalistic process.