

АВТОРСКА СПРАВКА

за приносния характер на трудовете

на Николай Кирилов Михайлов,

представени за участие в конкурса **за професор по професионално направление 3.5.**

Обществени комуникации и информационни науки (Етика и комуникации)

обявен в ДВ, бр. 44/29.05.2018 г.

Приложените публикации не повтарят представените за придобиване на образователната и научна степен „доктор” и за заемане на академичната длъжност „доцент”, както се изисква според „Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски”“.

Монография:

Етика и комуникации, София, 2018 г. ISBN 978-619-90070-7-5, 252 стр.

Монографията се опитва да разгледа феномена на комуникацията от гледна точка на етическото знание. Този проблем – за комуникацията и нейното отношение към моралното съзнание на човека – според мен има нужда от един по – обстоен научен поглед, особено когато става въпрос за взаимодействия в една общество, което често се определя като „информационно“. Като приносен бих определил опита, който съм предприел, за една по – точна интерпретация на връзката между етиката като философско знание и практика и комуникациите чрез обръщане към самите източници на етическите идеи и техния преглед във философско – исторически план. Също така разграничавам два аспекта на информацията (С. Идалго) –този на съобщенията, чрез които тя се осъществява и този на тълкуването или значението, което хората, познаващите субекти, придават на съобщението. От тази позиция интересът ми се насочва към изследване на моралните взаимодействия между хората, поставени в една социална среда, в която комуникационните технологии и информацията играят все по – голяма роля във взимането на решения, на ценностни избори, на формиране на мнения.

Самото понятие комуникация се изразява с много термини – общуване, взаимодействие, контакти, интеракция и т.н. В монографията съм направил според мен

аргументиран опит да посоча защо общуването е онова понятие, което в морален план се отнася най – пряко към множеството форми на комуникации. Според мен общуването и смятам, че съм привел достатъчно доказателства за това, е онова специфично социално отношение, което изразява съдържанието на комуникациите в морален план. А етиката е необходима, както за да изследва това съдържание и да му придаде едно философско разбиране, а не само чисто целесъобразно. Този етически анализ е приносен за монографията, защото обогатява изследователската област. Т.е. в книгата се опитвам да разкрия онези цели, потребности, ценности, интереси, които хората споделят като социален опит в процеса на общуването, тъй като според мен етиката е философия на човешкото съществуване, което в морален план е невъзможно без общуването. Последното е не само неотменима, но и иманентна част от моралния опит на човека. Общуването е част от всекидневната морална практика. Неговото технологизиране, навлизането на различни устройства (гаджети, gadgets) и платформи, чрез които то се осъществява, не отменя факта, че човешката дейност е винаги съвместна, общностна. В българското етическо знание съществува хипотезата за морала като специфична социална система за общуване. В монографията се опитвам (според мен успешно и приносно) да подкрепя и задълбоча тази хипотеза като, освен че прибавям допълнителни аргументи, я разглеждам и в условията на глобалния информационен обмен на съвременния свят. В това също намирам научен принос, който подчертава тезата за взаимната обвързаност на морала и общуването. Макар и, както се вижда от първа глава, с изменящ се във времето смисъл. Разсъжденията, които съм се опитал да представя, се насочват към следствията от съвременния феномен на комуникациите за ежедневно съзнание и неговите морални представи, за професионалистите и техния професионален морал. За самите софтуерни специалисти, за професионалните комуникатори, работещи в онлайн среда, появата и налагането на информационните технологии създава много нови ситуации, които изискват и нравствен избор. Разглеждам и следствията за морала и комуникациите от процесите на виртуализация, дигитализация и появата на изкуствения интелект.

Бих определил като приносни и онези редове в монографията, които са посветени на опита да систематизирам и анализирам на усилията на български учени да разкрият сложната природа на комуникационното въздействие, което винаги подлежи и на някаква морална оценка. Изводът ми, съдържащ научна ценност, е че едно от постиженията на българската наука за комуникацията се крие в откриването и

концептуализирането на нови комуникационни подходи в контекста на обществото и съвременното му развитие. Това е и според мен, успешен опит на българските учени в тази модерна област на знание, да участват в спора за бъдещето, за избора на ценности и светогледна позиция, за значението на публичната комуникация в един социален, политически и културен контекст, който винаги засяга и нравствено – етически проблеми.

В монографията се прави анализ и на новите, пазарни условия, в които са поставени хората, които се занимават професионално с комуникации – PR- и журналисти, копирайтъри и т.н. Или с други думи – търси се връзката между бизнес етиката и професионалните етики на комуникаторите. Според мен основата на бизнес етиката като професионална и в частност на PR етиката е философската етика на автономията като критерий за морално действие и онази, утвърждаваща пазарните отношения, лоялната конкуренция и легитимното поведение, следващо закона и разпоредбите. В нея понятия като уважение, чест, достойнство, съвест и т.н. продължават своето регулативно действие върху професионалния морал. По – нататък анализирам понятието на Лучано Флориди, „информационна етика“ (автор на редица книги за въздействието на информационните технологии върху морала, почти непознат у нас), и преходът, който предлага той от антропоцентризма на класическата етика от времето на Аристотел насам, към едно по – широко схващане за автора/дееца на моралното действие. Този анализ също бих посочил като приносен в теоретичен план на плодотворния синтез на етиката с комуникациите.

Друга основна линия на изследване в монографията, която мога да посоча като важна и приносна, е опита за обосноваване на проблемите на морала и комуникациите в една нова, дигитализирана и виртуализирана социална реалност. Понятието виртуална реалност се изследва от най- различни науки, като обаче най – общо може да се каже, че то описва различни видове човешки взаимодействия, свързани с появата на Интернет. Виртуалната реалност сякаш разширява възможностите на хората да комуникират помежду си. Тук моралните проблеми се преплитат с тези на новите медии, социалните мрежи, добавената реалност, изкуствения интелект, общуването чрез технологични устройства и т.н. Тези проблеми засягат както традиционния морал, така и този на професионалистите в сферата на публичната комуникация и информационните технологии. Напр., може ли да се изработи софтуер, който, освен изпълнение на команди, може да приема и нравствени решения? Какви са не само

целесъобразните, но и нравствените изисквания пред копирайтърите? Модерните комуникационни технологии в най – широк смисъл, създават освен условия за по – ефективно комуникационно взаимодействие, също така и много възможности за недобросъвестни действия. Чрез анализ на идеите на Джейрън Лейниър (създателя на понятието „виртуална реалност“) от последната му книга (2017 г.), посветена на проблемите на виртуалната реалност, се опитвам да покажа, че в основата на комуникационното въздействие остава човека, т.е. способността му да взема решения въз основа на своите ценности, идеи, нравствени представи. В такъв тип реалност е възможно да се представяш с чужда самоличност, или тя самата като реалност, утопично да бъде представена като алтернатива на физическата реалност, в която всичко е едва ли не съвършено. Но доколко виртуалната общност е действително една завършена и пълноценна общност? Какво разбираме под понятието „личност“ от гледна точка на морала, когато физическото отсъства от комуникацията? С други думи, според мен, като аргументиран приносен извод на монографията, дори във века на глобалния комуникационен обмен, общуването ще остане начин, чрез който човек е способен да изрази и реализира своята същност като нравствена личност.

Студия :

Вернер Зомбарт или нацизмът няма да мине? Във: Философски изследвания. Кн.7, ИК „Иван Рилски“, С., 2009, с. 154 -173 ISBN 978-954-353-7.

В българската литература в полето на хуманитарните и социални науки напоследък се забелязва интерес към идеите и учението на печално известния немски „учен“ от края на 19 и началото на 20 век, Вернер Зомбарт. Този интерес засяга и областта на етиката. В студията се опитвам да разбера корените на това, явление, защото световната научна общественост отдавна е квалифицирала този забравен „социолог“ и „икономист“ като антисемит и дори като нацист. В началото на 20 ти век Зомбарт е възприеман като авторитетен учен, но днес е почти напълно забравен. Немският автор се опитва на пръв поглед да даде едно „алтернативно“ обяснение от това на М. Вебер, учен със световно признание. Според Вебер капитализмът не е продукт на различни обществени отношения на собственост (К.Маркс), а на специфична култура на религиозно и нравствено съзнание, породена от моралните изисквания на пуританската етика. Според Зомбарт - капитализмът е породен от „еврейско влияние“ или „еврейски дух“ и дейност. Основното противоречие на

капитализма вече не е социално – икономическо, а расово и немското общество (според Зомбарт – пряк наследник Римската империя) е „поеврейчено“. Това „алтернативно“ обяснение за произхода на капитализма, според мен не може да се нарече научно, а по скоро – търсене на „виновни“ за всички беди, свързани с него – неравенство, бедност, несигурност, алчност, милитаризация, поради обесивните идеи на Зомбарт за кръвта, расата и нацията. Същността на „еврейския дух“ е практически реализъм, а на немския – „героичен идеализъм“. Според немския „социолог“ не културните, а психо – физиологическите различия между расите предопределят развитието на капитализма в съответните страни. Смятам, че статии и изобщо научни изследвания, които са свързани с реабилитацията на Зомбарт, са предупреждение, че национал – социализма не е случайно отклонение на определен тип капитализъм. Като теоретичен извод и принос – „теорията“ на Зомбарт е всъщност едно зловещо идейно оръжие и посягането към него може да доведе до трагедия и ужас.

Environmental alarmism: the Club of Rome and its critics, in *Studia Ecologiae et Bioethicae*, Warsaw, rok 14, 2016/4, p. 129 – 149 (в съавторство)

Студията е приносна с това, че за пръв път в един интердисциплинарен контекст – на етиката, екологията и опазването на околната среда, се прави анализ от български учени на идеите на Римския клуб. Също така се защитава тезата, че моралният мотив на грижата и отговорността е основен в отношението и изграждането на средата, която обитаваме. Конфликтът между „алармисти“ и „антиалармисти“, който е и глобален и светогледен, т.е. и морален, е подложен за пръв път на анализ от етическа и екологична гледна точка в българското научно пространство, което засилва интереса към него и в чуждестранни научни общности.

В историята на своето съществуване Римският клуб остава най-ярко със своята идея за ограничаване на човешкото технологично, индустриално и научно присъствие в природата, наречено от членовете на клуба „limits of growth“. Една от емблематичните изяви на клуба в това отношение е появата през 1972 г. на едноименен доклад, разработен с най-активното участие на Денис Медоус – математик и по онова време изследовател в Масачузетския технологичен институт. Освен чисто научни цели, докладът „The limits of growth“ поставя пред себе си и светогледни задачи. Той иска да убеди човечеството в нуждата от промяна в разбиранията за отношението човек-природа, т. е. от появата на нов светоглед, нови ценности и нови принципи, чрез които

човек определя себе си и своето присъствие в природната среда. Изследователите от Римския клуб си поставят и морални цели, доколкото се опитват да установят практическите мотиви на едно ново човешко поведение и отношение към природата.

И до днес критиките към идеите на клуба продължават и дори се засилват. Критиците определят Римския клуб като „алармисти“ (т.е. основан на психологическо очакване за някаква всеобща близка катастрофа), а самите себе си – като антиалармисти. Основният аргумент на антиалармистите е силно антропоцентричен - човек е уникален в природата и той дължи тази своя уникалност на чисто човешките си способности, включващи уменията да променя природата и средата, в която живее. Човекът, според антиалармистите, остава в центъра на природата като успява да я нагоди към своите нужди.

Проблемите на взаимоотношението между човешките технологии и природата се превръщат все повече в такива, от чието решение зависи бъдещето на човечеството. Затова и те често са определяни като „глобални“, т.е. като засягащи не само цялата планета географски и екологично, но изискващи за своето решаване намесата на учени от всички области на човешкото знание. Тук особено важно е мястото на етиката като знание за правилното човешко съществуване, за самоусъвършенстването, за целта и смисъла на човешкото присъствие в света. Както знаем природата не може да се сведе само до нейните ресурси или суровини или с други думи – само до онова, което има полза за човека като потребител. Моралният мотив на запазването на природата, въпреки мощта на съвременната наука, е една от основните идеи на основателите и продължителите на делото на Римския клуб. С което са съгласни и авторите на студията.

Статии:

Знание, идеологии, псевдонаука – етически измерения, в Етиката в българската наука, 2011 г., С., ИК УНСС, ISBN 978 -954-644-374-2 с. 196 – 203

В последните десетилетия сме свидетели на огромното нарастване на ролята на науката и значението ѝ в цялата система на човешкото общество и култура. Според данни цитирани в статията в света в момента (2011 г.) съществуват 10 млн. учени, число, което досегашната история на науката и човешката култура не познава. В последните десетилетия обаче, според мен, научното знание измества акцента си от

фундаменталните изследвания към приложните аспекти на познавателния процес. Съвременната наука е иновационно и технологично ориентирана за разлика от класическата ѝ предшественица и следователно, тя получава нови измерения свързани преди всичко с техническата или дори непосредствената технологическа реализация на своите достижения. Възниква въпрос дали е възможно в такава ситуация съвременната наука да запази единството на познавателни и хуманни идеали или тя се стреми към точно знание, имащо обективен и следователно безличен характер. Тук освен методологически проблем за демаркация между наука и псевдонаука, е важен и общофилософския проблем за отношението на научното знание към философията и етиката; затова до каква степен етиката е повлияна от „голямата наука“.

Може ли да се каже, че съвременната наука ражда идеологии – политически, морални, естетически? И в историята на етиката и в историята на философията може да открием идеологизирана тип „наука“ с претенции за всеобща валидност - например печално известният „научен подход“ на лисенковизма и претенциите на това учение да бъде висш критерий за определяне на съдържанието и насоката и на научните изследвания и на научния морал. Струва ми се, че този процес продължава и сега със силния натиск на политическите идеологии върху науката с цел тяхното оправдаване и легитимиране. Последствията от тези идеологизации на науката оказват своето негативно влияние върху научния етос и на българските философи и учени. От друга страна нахлуването на т. нар. аналитична философия в проблемното поле на българските философи и етици има своите преимущества, но и своите минуси. Един от тях без съмнение е промяната на нормата за философски текст.

Основната функция на науката е търсенето на ново знание. И следователно тя е способна да доведе до възникване на сложни и непознати досега ситуации, които имат нужда от своята регулация от етическа гледна точка. От друга страна обаче това означава, че науката съществува чрез своята промяна и следователно, ако една истина е научна, то тя е и оспорима. В най-голямо значение това важи и за философията и етиката, които следователно са невъзможни и без субективното мислене. В което откривам и приносния момент в статията. Това означава, че науката се осъществява и чрез общуването като преживяване и взаимодействие между личности, доколкото двете са част от етоса на учения.

**Либералният индивидуализъм като форма на морална демагогия, в сборник
Политическата демагогия в прехода, съст. проф. дсн. М. Мизов, С., 2017, ISBN:
978-954-2982-10-4**

Статията проследява възникването на идеята за индивидуализма като морален принцип и употребата му в различни области на съвременната обществена комуникация. Проблемът за определянето и обяснението на основен морален принцип на съвременното общество е сред основните, които стоят пред философията на морала днес. Съществува ли централен принцип на съвременния морал, от който следват всички останали или центърът на моралната регулация се е изместил към индивида и неговата лична преценка? Моралът е немислим без някаква мяра на обществено влияние върху индивидуалното морално поведение на човека. Както пише руския автор А. Гусейнов, човешката комуникация не може да съществува извън моралните оценки. Съвременната ни „либерална демокрация“, освен с политически идва и със своите морални норми и ценности, между които на първо място „свободата“, обяснена през принципа на индивидуализма. В сърцевината на една морална демагогия в този аспект е непрекъснатото заявяване и налагане чрез съдържанието на обществената комуникация на „новите морални ценности“, най важната, от които е либералният индивидуализъм. Налаган и дори натрапван чрез технологиите на публичната комуникация, индивидуализмът достига до крайност и се превръща в своята противоположност до степен, в която подменя морала изобщо. Всяка аргументация чрез морални понятия от група хора или човек, който не са/е безупречни/ен в морален план, се превръща в разрушителна демагогия. При това в особено голяма степен, ако това се извършва с технологиите на масовата комуникация на въздействие върху човешкото съзнание. Моралът не може да се отъждестви с пазара, както ни предлагат някои, нито пък пазарът може да замени културата.

**PR етиката като професионална етика, във Философски алтернативи, бр. 2/ 2018
г., ISSN 0861 – 7899, с. 31 – 44**

Статията е приносна с това, че се опитва, според мен успешно, теоретично да опише, анализира и легитимира съвременната PR етика като нов и съвременен тип професионална етика в областта на българското етическо знание. Анализът е извършен от гледна точка на философията на морала като се взима предвид и промяната на

самото разбиране за професията на PR в комуникативен аспект. Аргументирания извод е, че общуването не е възможно без нравствена регулация на действията – било на индивида, било на професионалиста. В това отношение съвременната професия на PR не прави изключение.

PR-ът, или „връзките с обществеността“, са и актуална професия, и социална практика, и форма на публична комуникация, която придобива все по голямо влияние във всички сфери на социалния живот. Интересът към този феномен нараства както в практически, така и в широк теоретичен смисъл. Основата на тази социална практика е комуникацията, която като общностен феномен е обект на интензивни изследвания от страна на различни хуманитарни и обществени науки. Не е тайна, че много често PR се възприема от някои като откровена спекулация, едва ли не конспирация срещу здравия разум и общественото мнение, безсмислена дейност, разчитаща на неясни и скрити в дълбочината на човешката душа импулси. PR-ът като професия се отнася към масовата комуникация, а не за междуличностно общуване. Това действие се извършва в полето на социалното, т.е. тук става въпрос за обща потребност от някаква размяна, в случая на символи и значения, т.е. цел е „предизвикването на съгласие“ (Хабермас). В основата на подобен модел на масова комуникация, какъвто представлява съвременният PR, лежи идеята за взаимно, реципрочно достигане на съгласие, което обаче от своя страна не може да се реализира без съответното изразяване от страна на личността на комуникатора – професионално, етическо, социално, културно. PR-дейността в този смисъл подлежи на нравствена регулация със съответната специфика, наложена от характерните черти на професията.

Всяко общуване, всяка комуникация в социален смисъл, независимо дали става въпрос за традиционни взаимоотношения или за професионални отношения в областта на публичната комуникация, се извършват от индивиди, поставени в реална ситуация, от личности. За тях професията е и начин на самореализация, която включва и морални качества чрез нравствена оценка и самооценката. За разлика от общия, традиционния или дори личния морал на индивида, в професионалния етиката може да се окаже онзи инструмент, който да въздейства върху професионалния морал в план на конкретизация на обществения интерес и създаване на положителен публичен образ на професията и професионалната общност. Всеки професионалист, особено в областта на публичната комуникация, трябва да е сигурен в доверието на колеги, клиенти, публики. С други думи – да е сигурен, че трудът му се оценява положително в обществото и допринася за

неговата стабилност, а не е въпрос единствено на някакъв корпоративен интерес. Това обаче е невъзможно ако професията не е регулирана етически, ако обществото няма възможността в рамките на взаимен диалог с професионалистите да посочи онези важни за него ценности или принципи, които би трябвало да са присъщи на даден вид професионална дейност.

Икономика и етика: стойност и ценност, в сборник Медии и журналистика – професионални стандарти между властта и парите, съст. доц. д-р Б. Златанов. (приета за печат)

В основата на изложението лежи научно - приносен опит за разсъждение върху общото значение на думите, които описват както понятието за ценност в етиката и морала, така и това за стойност в икономическата теория. Опитвам се да покажа, че идеята за ценностите и нейния практически потенциал в човешкия живот като действие и избор свързва икономическото и етическите познания, като от една страна описва нравствената позиция на личността, а от друга – целенасочените действия на човек в условията на определен икономически ред. И за двете думи – ценност и стойност – в оригиналните съчинения на изключително влиятелни автори като А. Смит, М. Вебер, Ф. Ницше, М. Шелер, К. Маркс, Л. фон. Мизес и т.н. се употребява една и съща дума – das Wert, на немски език и value, на английски. Така аз анализирам и, смятам, че убедително изтъквам, смисловата и съдържателната връзка не само между две от основните понятия на етиката и икономиката, но и проследявам, доколкото е възможно, общите полета между съвременното етическо и икономическо знание. Този момент бих определил като приносен. Ценността и ценностния подход са неотделими от етическото познание, ценностната проблематика е собственото, ако мога така да се изразя, ядро на етическото познание за човека. От друга страна, както пише и Ласуел, в един социален план, ценностите се формират и възприемат чрез определени модели или институции. Институтът на икономиката е един от тях, например представата за света на човека като себелюбива, но и активно действаща фигура в свят на собственически отношения, пазар и печалба. Тук става въпрос за ценности, свързани и с практическа дейност. Оценките, в това число и моралните, например, твърди Ч. Луис, са форма на емпирическо знание.

Приносна е и идеята за понятията ценност и стойност като свързващи двата типа знание за живота на човека, разгледан като активно целесъобразно действие по поставяне и преследване на цели. Преведени на „езика“ на ценностите, основните понятия на етиката и икономиката получават субективно съдържание на предпочитание. Те се свързват с личния избор или поне с договаряне на интересите, за които говори и Адам Смит, а не с понятия, които се отнасят към някакви неизменни абсолютни. От тази гледна точка съвременният свят е свят на ценности, В морален и в икономически план, може да изградим ценностна представа за човек или за обществото като цяло. Изводът, който мога да определя като приносен е, че съвременната култура придобива силно изразен ценностен характер – като морални и икономически цели, като социална и икономическа размяна на стойности, който е неотделим от човека, неговите интереси, от свободата му и от индивидуалната му мотивация. Една комуникация е дотолкова комуникация и общуване, доколкото може да се разменят общоразбираеми и общо осмислени ценности.

Николай Михайлов

Подпис: