

сп. „Реторика и комуникации“, брой 47, април 2021 г. ISSN 1314-4464

Медии на комуникация
Media Communication

Пандемията на (мета)медията

Симеон Василев

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Имейл: simeonvassilev@gmail.com

Абстракт: В статията се застъпва тезата за необходимостта от нов генетичен тест за съвременните медии, от които зависят в голяма степен политическите, икономическите и социокултурните последици за обществата. Пандемията, предизвикана от SARS-CoV-2, силно засегна медийната екосистема, а инфодемията с нейните болестотворни инфовируси, каквито са фалшивите новини, дезинформацията и пропагандата, е доказателство за това. В този смисъл пандемията е стрес тест за медиите и голямо предизвикателство за медийната екология. Допускането е, че медийното въздействие по време на тази безпрецедентна пандемия е от първостепенно значение. Целта на анализа е да се установят факторите за това въздействие; дали то идва чрез метамедия, контролираща всички медии, или от многообразието на медии и гледни точки, които да намерят своето място в достъпна и свободна медийна среда. Въведени са понятия „инфодемия“, „инфодемиология“, „метамедия“, „метааудитория“, „медийна екосистема“, „демократичен дискурс“ и др. Направен е медиен анализ на публикации, представящи актуални събития, свързани с пандемията COVID-19 на национално и международно ниво.

Ключови думи: медии, метамедия, пандемия, глобализация, дигитализация, комуникация, медийна екология.

Pandemic of (Meta)Media

Simeon Vassilev

Sofia University „St. Kliment Ohridski“

E-mail: simeonvassilev@gmail.com

Abstract: The article advocates the need for a new genetic test aimed at modern media, which depends largely on the political, economic, and sociological implications for societies. The pandemic caused by SARS-CoV-2 strongly affected the media ecosystem, and the infodemic with its morbid infoviruses, such as fake news, disinformation, and propaganda, is evidence of this. In this sense, the pandemic is a stress test for the media and a major challenge for media ecology. The assumption is that media impact in times of this unprecedented pandemic is of primary significance. The analysis aims to identify the factors for this impact; and it is important to establish whether it comes through metamedia, which control all media, or through the diversity of media and points of view that find a place in an accessible and free media environment. The terms “infodemia”, “infodemiology”, “metamedia”, “metaaudience”, “media ecosystem”, “democratic discourse” along with others have been introduced. A media analysis of publications presenting current events related to the COVID-19 pandemic on a national and international levels is made.

Keywords: media, metamedia, pandemic, globalization, digitalization, communication, media ecology.

Уводни думи

Медиите са в повратна точка в своето развитие и това е достатъчен повод да се осмисли състоянието на медийната система. Тя е важна част от информационното общество, което също преживява драматична промяна и със скоростта на светлината мъчително се откъсва от своето аналогово минало. Този процес също има своите болестотворни микроорганизми в световното пространство за комуникация и характерните белези на информационна пандемия [1], която Световната здравна организация определи като инфодемия – медийна болест, която е комбинация от вирус и технологичен фактор. Тази комбинация не само променя медиите, но посяга на генетичната им информация, променя структурата на информацията и начините за комуникация. Новите медии и промяната в индивидуалната и масовата комуникация дават немислими в сравнение с последното десетилетие възможности за цялостна обработка, редактиране, съхраняване, представяне и предаване на информация. От една страна, метамедията [2] интернет направи медиите още по-достъпни, а темите и подбора на медийното съдържание още по-дискусионни. От друга страна, тя сякаш създаде метааудитория, с нови културно-исторически характеристики, с все още неизследвани влияния върху „съзнанието на медиите” – журналистиката и съответно с непознато въздействие върху медийното съдържание. Разликата в медийната логика на „Галактиката Гутенберг и тази на „Вселената Интернет” е толкова голяма, колкото е голяма разликата в скоростта на пощенските гълъби и скоростта, с която се пренася информацията в мрежата.

Новата научна дисциплина – инфодемиология

Според определението на СЗО инфодемията е изобилие от информация по време на епидемия – отчасти точна, отчасти не, което може да доведе до объркване и недоверие към правителствата и общественото здраве. [3] Категоричният извод от първата конференция на СЗО, посветена на инфодемията и проведена през лятото на 2020 г., бе, че тя не може да бъде елиминирана, и за да може да бъде управлявана, е необходима оценка на нови, базирани на доказателства мерки и практики за предотвратяване, откриване и реагиране на дезинформации. [4] Факторите за неутрализиране на тези отрицателни явления и практики се проучват от Иванка Мавродиева, според която е необходимо да се развива дигиталната грамотност и критичното мислене, за да се откриват фалшивите новини. Според нея формулата за проучванията при откриване на фалшиви новини е конкретен контекст плюс релевантни методи плюс интердисциплинарен подход. „Съществуват различни методи и подходи за анализ на фалшивите новини и е важно да се правят проучвания в конкретен контекст, както и да се използват релевантни методи. Също така се изясни, че се налагат интердисциплинарен подход и екипна работа в анализите, тъй като проблематиката се отличава със сложност”. [5]

Здравната агенция на ООН даде живот и на нова научна дисциплина – инфодемиология, която има общо поле за изследвания както за природните науки и медицината, така и за комуникационната наука, която изследва процеса на комуникация. За последната това няма да е новост. Поне от времето, в което канадският изследовател на комуникациите Маршал Маклуън се противопостави на господството на масовите медии и наркотичното въздействие на комуникациите, което води до фундаментална промяна на съзнанието и до последици за мисълта и поведението на човека. „Обичайната ни реакция към средствата за масова комуникация, а именно, че важното е как се използват, е вцепенената поза на технологичния идиот, пише Маклуън. Защото „съдържанието” на средството е като хубавото парче месо, което крадецът носи, за да залиса кучето пазач на ума ни. Въздействието на средството става силно и наситено именно защото му се придава друго средство под формата на „съдържание”. Съдържанието на даден филм е роман или пиеса, или опера. Въздействието на филмовата форма не е свързано с програмното съдържание. „Съдържанието” на писмото или печатното слово е речта, но читателят почти не осъзнава и печата, и речта”. [6] Едва ли Маклуън си е представял размерите на информационен поток, който агресивно ще нахлува в обществения живот и личното пространство, и как безпрепятствено ще преодолява кучето пазач на ума ни. В тази „технология” може да се изведе една закономерност – силата на информацията зависи от мястото ѝ в медиите и от скоростта, с която социалните мрежи я разпространяват.

Инфодемията – между глобализацията и дигитализацията

Инфодемията със сигурност може да се приеме като естествен резултат от симбиозата между двете сили – глобализация и дигитализация – едната икономическа и политическа, а другата технологична. Засега променливата в уравнението на техния

съвместен живот е глобализацията, чието реноме бе силно накърнено от пандемията и много вероятно да забави своя темп на развитие или даже да се стигне до обратим процес, който наричат деглобализация. За нея не само предупреждават отдавна, но и прогнозираят, че може да се превърне в нова глобална тенденция. През 2018 г. това направиха двама бивши държавни секретари на САЩ – Хенри Кисинджър и Джордж Шулц, и един заместник държавен секретар – Ричард Армитидж. Пред Сената на САЩ те биха тревога за нарастващата глобална дестабилизация. Според Кисинджър това, което създава проблеми на динамиката, е „скоростта на развитието на технологиите, чийто необикновен прогрес заплашва да задмине нашето стратегическо и морално въображение”. [7] А според Джордж Шулц деглобализацията вече се случва. „Това не е нещо за бъдещето... Това е революция”, каза Шулц пред Сената на САЩ. [8]

Тези изказвания бяха направени близо две години преди пандемията да дестабилизира света, и вирусът да предизвика асимптотичното поведение на държави, съюзи и като цяло на глобалното общество и всичките му системи и подсистеми – от културно-историческите през политическите и икономическите системи до характерния тип организация на медиите. В математиката казват, че решението на подобни уравнения може да има цикличен характер или да има хаотично поведение. Иначе казано конкретно медийната система изглежда далеч от своето равновесие, защото основните ѝ елементи, определящи състоянието ѝ, не са постоянни. Но точно за нея глобализационният процес изглежда необратим. Ако глобализацията, която е „икономическо, политическо, културно сливане на отделните общества в едно световно общество”, [9] вкарва на пръв поглед медиите в хаотично поведение, то дигитализацията е тази, която ги връща в динамичното равновесие на съвременното информационно общество, в което важните социални функции се изпълняват въз основа на интерактивни мрежи. Заченатият в дигитализацията мултимедиен свят е сериозна защита срещу пълното статично равновесие, за което бащата на „социалния дарвинизъм” Хърбърт Спенсър твърди, че означава смърт на социалния организъм. [10] Днес обаче сме далеч от времето на Викторианската епоха, на която Спенсър е социалният теоретик. Днес живеем в ерата на технологичния естествен подбор, който се определя като „дигитален дарвинизъм”. [11] В него технологиите се развиват по-бързо, отколкото са възможностите на човека и обществото да се адаптират към промените.

В този „дигитален дарвинизъм” медиите се репродуцират в една метамедия, която сама става основа на медийната система и която размива границите между различните видове медии. Свикнали сме да наричаме това размиване или сливане – конвергенция. Нейната концепция влиза в научна употреба чрез американския социолог Даниел Бел, който още през 1973 г. констатира, че наред с науката и знанието, технологиите са осъществили крачката към „постиндустриално общество”. [12] След него са автори като Марк Порат, които въведоха термини като „информационна икономика” и „индустрия на знанието”. [13] Отвъд „информационната икономика” отиде журналистът и преподавател в Корнелския университет Алвин Тофлър. Още в началото на 80-те години на миналия век с теорията за третата вълна [14] той успя да даде много задълбочено разбиране за информационното общество. За Тофлър социално-техническата промяна в информационната ера не само има сериозни последици за икономиката, но и за всички сфери на обществото.

Метамедията и демократичният дискурс

Пандемията даде повод за нови гледни точки – оптимистични и песимистични. Оптимизмът все още идва от една ключова за медиите статия на американския културолог Хенри Дженкинс още през 2001 г. В статията авторът твърди, че никога няма да има една черна кутия, контролираща всички медии. Тогава, преди двадесет години, професорът по комуникация, журналистика и филмови изкуства, констатира, че конвергенцията на медиите не е крайно състояние. Тя е непрекъснат процес, протичащ на различни пресечни точки – технологии, индустрии, съдържание, аудитории. Неговото предвиждане, че ще развием нови умения за управление на информация, нови структури за нейното предаване през канали и нови творчески жанрове, които използват потенциала на тези нововъзникващи информационни структури, се оказва вярно. [15] В крайна сметка като всяко Възраждане и дигиталният ренесанс е период на нестабилност, в която старият ред се руши, но в която възниква новият. Освен това метамедията осигурява нещо много важно – достъпност, разнообразие в подбора и дискуссионност. Тя рационализира създаването и разпространението на информацията, особено след като социалните мрежи станаха част от нейната структура и среда, и сякаш произвежда нова метааудитория, която размива спецификите на география, история, политика, култура и равнище на социално развитие.

И все пак имат основание и песимистичните анализи за метамедията като черна кутия, която поглъща традиционните медии. Най-песимистичните от тях са свързани с ролята на технологичните гиганти. Почти всичко, което поразява окото и ума ни у нас, идва от ГАФА (Google, Apple, Facebook, Amazon), казва френският философ Режи Дебре. [16] Тяхната мощ се стовари над Туитър – президента Доналд Тръмп, в края на мандата му. За премахването на акаунта на Тръмп от Туитър и Фейсбук в последните години пледираха много медийни специалисти и може би имаше сериозни основания за това. Блокирането на акаунта и присъствието на Тръмп в социалните мрежи същевременно предизвика не само съмнения за неутралността на платформите, но и подозрения за начина, по който са сложили ръка над публичността и общественото мнение.

Определения като „фейсбуккрация“ или „туитъркрация“ могат да изглеждат екзотични, но след случая с Тръмп те добиват плътност и предизвикват тревога. Песимизъм има за журналистиката, която губи стойност като източник и посредник на знание, както и многообразието си, качеството на материалите си и силата за интерпретация в една изкуствено създадена от самите медии реалност. Медиатизацията, т.е. процесът, в който обществото все повече се подчинява или става зависимо от медиите и тяхната логика, заплашително се връща като бумеранг към самите медии. Някак самотно днес стоят разсъжденията на „монарха на мъдростта“, философът Георг Хегел, който е възприемал вестника като „сутрешна молитва на гражданина“. [17] Развлекателната функция например на телевизията доминира над аналитичната и обществената. Нещо повече, медийните специалисти наблюдават с тревога тенденцията на сливане на традиционните медии с интернет и надмощието на пиара и имиджмейкърството над журналистиката. Този песимизъм има основания, но трябва да се отбележат и видимите през последните години усилия, които медиите полагат да възвърнат своите потребители. Това, естествено, те могат да направят само ако насочат повече внимание и аналитични възможности в осмислянето на обществения интерес, което винаги е за

сметка на печалбата. Една от основните причини за този песимизъм е пандемията. Американският философ и социолог Франсис Фукуяма например я възприема като „глобален политически стрес тест“, в който дигиталните взаимодействия между хората стават все по-важни. [18] Фукуяма е ученият, според който глобалните информационни технологии и мигновените комуникации подкрепят демократичните идеали, а комуникационната технология, сама по себе си, е неутрална ценност. Сега обаче пандемията преди всичко е глобален стрес тест за медиите и тяхната система, а дигиталните им превъплъщения трудно биха се възприели като неутрални. „Получава се непреодолима зависимост, доколкото технологията е средство. Ако тя стане цел, има риск да изгубим себе си“, твърди Борис Боде, професор по социални науки в университета в Лозана. Той изследва дигиталното взаимодействие и според него трудностите са в осмислянето на промяната. [19] В този смисъл на ход е медийната екология, която изследва взаимосвързаността на медии, технологии и комуникации, и последиците от нея за човешката среда.

От резултатите на един необходим медиен PCR тест зависят в голяма степен политическите, икономическите и социокултурните последици за обществото и за международните връзки. При медиите не става дума само за дигитално взаимодействие, а за нов вид борба за умовете и сърцата на хората, за общественото мнение. Всеизвестно е, че комуникацията посредством медиите формират нашето ежедневие, нашата идентичност, нашата култура и историческа памет, нашите форми на съжителство и представи за света. Затова медийното въздействие по време на пандемия е от първостепенно значение и е важно дали то идва от някаква метамедия на черната кутия, контролираща всички медии, или от многообразието на медии и гледни точки, които да намерят своето място в достъпна медийна среда. Особено когато силно поляризираното общество на „глобалното село“ като никога друг път в най-новата си история е в състояние, в което е принудено да преодолява опасността от разпад. Както по време на всяка криза, така и при сегашната, демократичният дискурс зависи изцяло от свободните медии и медийното многообразие, особено когато е натоварен с етично-морални проблеми. И скромнен преглед на медийната история ще ни покаже, че кризите, съпътствали човечеството, са своеобразен медиен апогей, найвисоката точка в медийната еволюция.

Пандемията силно засегна медийната екосистема, а инфодемията с нейните болестотворни инфовируси, каквито са фалшивите новини, дезинформацията и пропагандата, е доказателство за това. В този смисъл пандемията е голямо предизвикателство за медийната екология [20]. Терминът е рожба на оригиналния ум на медийния теоретик Нийл Постман, чийто принос е представен в статията на Иванка Мавродиева: „Постман свързва медийната екология с изучаването на информационната среда и по-конкретно една от целите е да се установи как технологиите и комуникацията контролират някои елементи, а именно формата, количеството, скоростта, разпределението и посоката на информацията; както и по какъв начин тази информация от своя страна оказва влияние върху възприятията, нагласите, ценностите на хората и промените в тях, както и върху конфигурирането им“. [21]

Заклучителни думи

В заключение, ако има някаква асоциация с последиците от климатичните промени, то тя е в очевидното – пандемията нагря медийните слоеве на информационното общество, застраши информационния климат на планетата и разтърси така медийната екосистема, че изправи човечеството пред риска да жертва основни човешки права. Точно инфодемията ще покаже дали медиите са способни да осмислят пандемичната действителност и да се ваксинират срещу тежкия остър медиен синдром – вируса на фалшивите новини, чиято единствена цел е да подменя реалността. И то така да го направят, че да няма асоциации с писаната през 1948 г. антиутопия на Джордж Оруел „1984“, в която имаме общество под наблюдение, което деградира. И в този смисъл може би е дошло време да се опровергае „пророка на електронната ера“ Маршъл Маклуън, за който, обичайната ни реакция към средствата за масова информация е вцепенената поза на технологичния идиот. Това е възможно само ако променим остарелите представи за медия и комуникация и ги преоткрием отново.

Цитати и бележки

- [1] „Пандемия“ произлиза от гръцки и означава „всички хора“ (παν, pan – „всички“ и δῆμος, demos – „хора“.
- [2] Представката μετά (метá) идва от старогръцки език и означава „след/отвъд“.
- [3] World Health Organization., 2020. Call for Action: Managing the Infodemic [online]. 11 December 2020. WHO. Available from: <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management> . Retrieved on 10.01.2020.
- [4] World Health Organization. How infodemics affect the world. In : 1st WHO infodemiology conference [online]. Geneva : World Health Organization, 21 July 2020. p. 58. https://www.who.int/docs/default-source/epi-win/infodemic-management/postinfodemiology-conference-scientific-booklet.pdf?sfvrsn=adeaa8ca_4 . Retrieved on 10.01.2020.
- [5] Мавродиева, И. (2020). Фалшиви новини: Теоретични дилеми, методически аспекти и проявления в кризисна комуникация. Медии и комуникации на 21. век, 4(1), 52. <https://journals.uni-vt.bg/mc/bul/vol4/iss1/5> . Retrieved on 10.01.2020. [Mavrodieva, I. (2020). Falshivi novini: Teoretichni dilemi, metodicheski aspekti i proyavlenia v krizisna komunikatsia. Medii i komunikatsii na 21. vek, 4(1), 52. <https://journals.uni-vt.bg/mc/bul/vol4/iss1/5> . Retrieved on 10.01.2020.]
- [6] Маршъл, М. (1990). Средството е съобщението (The Medium is the Message). Съвременна журналистика. 1990. No. 3, 161–177. [Marshall, M. (1990). Sredstvoto e saobshtenieto (The Medium is the Message). Savremenna zhurnalistika. 1990. No.3, 161–177.]
- [7] Gloval challenges and U.S. National securiyu strategy. (2018.). U.S. Senate and Ccommittee in armed services. (25.01. 2018.). <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-115shrg39552/html/CHRG-115shrg39552.htm> . Retrieved on 08.01.2020.
- [8] Gloval challenges and U.S. National securiyu strategy. (2018.). U.S. Senate and Ccommittee in armed services. (25.01. 2018.). <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-115shrg39552/html/CHRG-115shrg39552.htm> . Retrieved on 08.01.2020.
- [9] Winkel, O. (2007). Kommunikation, neue Medien und Globalisierung. In Bundesrepublik

- Deutschland – Politisches System und Globalisierung. (pp. 235–253). Münster: Rüdiger Robert.
- [10] Спенсър, Х. (1999). Човекът срещу държавата. София: Захарий Стоянов. [Spensar, H. (1999). Chovekat sreshtu darzhavata. Sofia: Zahariy Stoyanov.]
- [11] Goodwin, T. (2018). Digital Darwinism. Survival of the Fittest in the Age of Business Disruption. London: Kogan Page.
- [12] Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Books.
- [13] Porat, M. U. (1977). The Information Economy: Definition and Measurement [online]. Office of Telecommunications (DOC). Washington, DC. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED142205.pdf> . Retrieved on 09.01.2021.
- [14] Тофлър, А. (1991). Третата вълна. София: ИК “П. К. Яворов”. [Toflar, A. (1991). Tretata valna. Sofia: IK “P. K. Yavorov”.]
- [15] Jemkins, H. (2001). Convergence? I Diverge. Technology Review. (1 June 2001). <https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge/> . Retrieved on 09.01.2021.
- [16] Debray, R. (2017). Par Vincent Trémolet de Villers Publié le 18/09/2017 à 19:09, mis à jour le 13/10/2017 à 19:15. L'idée d'un monde réconcilié est parfaitement utopique. Le Figaro, <http://www.lefigaro.fr>. 10 13, 2017. <http://www.lefigaro.fr/vox/societe/2017/09/18/31003-20170918ARTFIG00252-regisdebray-l-idee-d-un-monde-reconcilie-est-parfaitement-utopique.php>. Retrieved on 09.01.2021.
- [17] Михайлов, Н., Василев, С. (2020). Философът на свободата: Вестникът е сутрешната молитва на гражданина. Философски алтернативи, 151–161. [Mihaylov, N., Vasilev, S. (2020). Filosofat na svobodata: Vestnikat e sutreshnata molitva na grazhdanina. Filosofski alternativni, 151–161.]
- [18] Фукуяма, Ф. (2020). Пандемията и политическият ред. Либерален преглед. (20. 06. 2020 г.). <http://librev.com/index.php/2013-03-30-08-56-39/discussion/world/3824-pandemiyata-i-politicheskijat-red> . последно посещение на 12.12.2020. [Fukuyama, F. (2020). Pandemiyata i politicheskijat red. Liberalen pregled. (20. 06. 2020 g.). <http://librev.com/index.php/2013-03-30-08-56-39/discussion/world/3824pandemiyata-i-politicheskiyat-red>. posledno poseshtenie na 12.12.2020.]
- [19] Beader, B. (2018). Homo digitalis: eine Frage, die über die allgemeine Debatte hinausgeht. [PwC]. 2018. https://magazine.pwc.ch/de/artikel/homo-digitalis-einefrage-die-ueber-die-allgemeine-debatte-hinausgeht?tx_news_pi1%5BoverwriteDomain%5D%5Bcategories%5D=2&cHash=a0bf17436d25a04f6f984ccda495e13). Retrieved on 11.01.2020.
- [20] Media Ecology Association. <https://www.media-ecology.org/>. Retrieved on 08.01.2021.
- [21] Мавродиева, И. (2019). Медийна екология и дигитална медийна грамотност. Проблеми на постмодерността, 9(1): 114. <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171article/view/171> . Retrieved on 07.01.2020. [Mavrodieva, I. (2019). Mediyna ekologia i digitalna mediyna gramotnost. Problemi na postmodernostta, 9(1): 114. <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171>. Retrieved on 07.01.2020.]

Библиография

- Мавродиева, И. (2019). Медийна екология и дигитална медийна грамотност. Проблеми на постмодерността, 9(1), 114. <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171>. Retrieved on 07.01.2020. [Mavrodieva, I. (2019). Mediyna ekologia i digitalna mediyna gramotnost. Problemi na postmodernostta, 9(1), 114. <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171>. Retrieved on 07.01.2020.]
- Мавродиева, И. (2020). Фалшиви новини: Теоретични дилеми, методически аспекти и проявления в кризисна комуникация. Медии и комуникации на 21.век, 4(1), 52. <https://journals.uni-vt.bg/mc/bul/vol4/iss1/5>. Retrieved on 10.01.2020. [Mavrodieva, I. (2020). Falshivi novini: Teoretichni dilemi, metodicheski aspekti i proyavlenia v krizisna komunikatsia. Medii i komunikatsii na 21.vek, 4(1), 52. <https://journals.uni-vt.bg/mc/bul/vol4/iss1/5>. Retrieved on 10.01.2020.]
- Маклуън, М. (1990). Средството е съобщението. Съвременна журналистика, (3), 161-177. [Makluan, M. (1990). Sredstvoto e saobshtenieto. Savremenna zhurnalistika, (3), 161-177.]
- Михайлов, Н., Василев, С. (2020). Философът на свободата: Вестникът е сутрешната молитва на гражданина. Философски алтернативи, 151–161. [Mihaylov, N., Vasilev, S. (2020). Filosofat na svobodata: Vestnikat e sutreshnata molitva na grazhdanina. Filosofski alternativi, 151–161.]
- Спенсър, Х. (1999). Човекът срещу държавата. София: Захарий Стоянов. [Spensar, H. (1999). Chovekat sreshtu darzhavata. Sofia: Zahariy Stoyanov.]
- Тофлър, А. (1991). Третата вълна. София: ИК "П. К. Яворов". [Toflar, A. (1991). Tretata valna. Sofia: IK "P. K. Yavorov".]
- Фукуяма, Ф. (2020). Пандемията и политическият ред. Либерален преглед. (20. 06. 2020 г.). <http://librev.com/index.php/2013-03-30-08-56-39/discussion/world/3824-pandemiyata-i-politicheskiiyat-red>. последно посещение на 12.12.2020. [Fukuyama, F. (2020). Pandemiyata i politicheskiiyat red. Liberalen pregled. (20. 06. 2020 g.). <http://librev.com/index.php/2013-03-30-08-56-39/discussion/world/3824-pandemiyata-i-politicheskiiyat-red>. posledno poseshtenie na 12.12.2020.]
- Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Books.
- Beaude, B. (06 2018 r.). Homo digitalis: eine Frage, die über die allgemeine Debatte hinausgeht. PwC.
- Gloval challenges and U.S. National securiyu strategy. (2018.). U.S. Senate and Ccommittee in armed services. (25.01. 2018.). <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-115shrg39552/html/CHRG-115shrg39552.htm>. Retrieved on 08.01.2020.
- Debray, R. (2017). Par Vincent Trémolet de Villers Publié le 18/09/2017 à 19:09, mis à jour le 13/10/2017 à 19:15. L'idée d'un monde réconcilié est parfaitement utopique. Le Figaro, <http://www.lefigaro.fr>. 10 13, 2017.

<http://www.lefigaro.fr/vox/societe/2017/09/18/31003-20170918ARTFIG00252-regisdebray-l-idee-d-un-monde-reconcilie-est-parfaitement-utopique.php>

. Retrieved on 09.01.2021.

Goodwin, T. (2018). Digital Darwinism. Survival of the Fittest in the Age of Business Disruption. London: Kogan Page.

Who. (2020). How infodemics affect the world. 1st WHO infodemiology conference. (p. 58).

Geneva: World Health Organization. https://www.who.int/docs/default-source/epi-win/infodemic-management/post-infodemiology-conference-scientificbooklet.pdf?sfvrsn=adeaa8ca_4. Retrieved on 08.01.2020.

Jenkins, H. (2001). Convergence? I Diverge. Technology Review, 93. (01. 06. 2001). <https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge/>.

Retrieved on 08.01.2020.

Porat, M. (1977). The Information Economy: Definition and Measurement. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED142205.pdf>. Retrieved on 08.01.2020.

Who. (12 12 2020 r.). Call for Action: Managing the Infodemic. Извлечено от www. who.in: <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>.

Retrieved on 08.01.2020.

Who. (2020). How infodemics affect the world. 1st WHO infodemiology conference. (p. 58).

Geneva: World Health Organization. https://www.who.int/docs/default-source/epi-win/infodemic-management/post-infodemiology-conference-scientificbooklet.pdf?sfvrsn=adeaa8ca_4. Retrieved on 08.01.2020.

Winkel, O. (2007). Kommunikation, neue Medien und Globalisierung. От Bundesrepublik Deutschland – Politisches System und Globalisierung. (pp. 235–253). Münster: Rüdiger Robert. Ръкописът е изпратен на 20.12.2020 г.

Рецензиране от двама независими рецензенти: от 16.02.2021 до 07.03.2021 г. Приемане за публикуване: 08.03.2021 г.

Manuscript was submitted: 20.12.2020.

Double Blind Peer Reviews: from 16.02.2021 till 07.03.2021. Accepted: 08.03.2021.

Брой 47 на сп. „Реторика и комуникации“, април 2021 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор No КП-06-НП2/41 от 07 декември 2020 г.

Issue 47 of the Rhetoric and Communications Journal (April 2021) is published with the financial support of the Scientific Research Fund, Contract No. KP-06-NP2/41 of December 07, 2020.