

Политическата комуникация – между регулираните медии и нерегулираните платформи

 **Симеон Василев**

Факултет по журналистика и масова комуникация,
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: sivasilev@uni-sofia.bg

DOI: <https://doi.org/10.58894/AOQV1963>

Резюме. Традиционните медии отдавна не са светая светих на политическата комуникация. Те са в конкуренция със социалните мрежи, които формират начина, по който общуваме и възприемаме реалността. Това означава, че е установен нов *modus operandi* за поведението на медии и политика и се осъществява огромна по мащаба си социална промяна, сравнима с поврата, предизвикан от печатарската преса на Гутенберг. В статията се коментира медийната трансформация като една от основните причини за промяната на политическата комуникация.

Ключови думи: политическа комуникация, медии, журналистика, социални мрежи, трансформация

Увод

В началото на 2013 г. авторитетното издание на Масачузетския технологичен институт за тенденциите и предизвикателствата пред бизнеса, науката и обществото MIT Technology Review слага на корицата си следното заглавие: „Големите данни ще спасят политиката“ (Harris, 2013). Само пет години по-късно, през 2018 г., след скандала с „Кеймбридж Аналитика“ през есента на 2018 г., главният редактор на списанието констатира, че технологиите заплашват демокрацията и тревожно пита как да бъде спасена от технологиите. „Днес, с „Кеймбридж Аналитика“, фалшивите новини, хакерските атаки по време на избори и ужасяващата атмосфера, която доминира в социалните мрежи, изглежда, че технологиите могат както да унищожат политиката, така и да я спасят. Технологичните фирми и техните поддръжници, или не са си представяли, че „демократизиращите“ технологии ще бъдат използвани и от недемократи, или пък са вярвали, че истината и свободата неизбежно ще победят дезинформацията и репресиите.“ (Lichfield, 2018)

В сърцевината на концепцията за информационното общество е влиянието на технологиите. Първоначалната еуфория и последвалите ги тревоги за влиянието на информационните и комуникационните технологии са напълно подходящи по отношение на медиите и журналистиката. В този смисъл е съвсем разумен въпросът: трябва ли да се спасяват журналистиката като част от публичната сфера и медиите като основен посредник и среда на обществените и политическите отношения от технологиите? Потенциалният отговор е в анализа на причините за технологичното влияние върху комуникационния процес и в научната прогноза за медийното бъдеще.

От дигиталния ренесанс ще се появи нов културен ред, е прогнозата на медийния теоретик Хенри Дженкинс, която повече от две десетилетия се бори с реалността и динамиката на медийните, политическите и културните процеси. За Дженкинс нито една медия няма да „спечели“ битката за нашите уши и очи. „Медийната конвергенция е на прага да трансформира културата ни толкова дълбоко, колкото я промени Ренесансът.“ (Jenkins, 2001) Същото може спокойно да се твърди и за медиатизацията на културата, политиката и икономиката. Тя се заключава във взаимните влияния и адаптация по много причини - от дигиталната комуникация през конвергенцията на медийни и немедийни сфери, до факта, че няма социален и политически живот извън медийното опосредстване на реалността. Тезата за медиатизацията може да бъде интерпретирана като опит да се обединят различните представи за промяната на отношенията не само между медиите и политиката, но и да се конкретизира способността на медиите да конструират политически послания и да създават медийна реалност. Медиатизацията на политиката и обществото е мощен метапроцес на социалната промяна, който създава нови медийни условия за политическата дейност и за политическата комуникация, която е своеобразно триединство между граждани, медии и политика. Тя е прекият диалог между социалните и политическите актьори и може да се разбира като политическо влияние, осъществявано чрез политически PR в средствата за масова информация.

Новите стари медии и политическата комуникация

Историята на новите и дигиталните медии е на първо място история на компютъра и мрежата, и на второ място еволюция в отношенията автор - аудитория. Историята на дигиталната политическа комуникация е де факто история на политиката като основно средство за промяна на обществените отношения, но и на компютъра като „политически процесор“. Според теоретика на новите медии Лев Манович един от принципите на новите медии е транскодирането,

което е свързано повече „с компютърната космогония, отколкото с човешката култура“. *„Откакто новите медии започнаха да се създават с помощта на компютри, да се разпространяват с помощта на компютри, да съществуват в компютърна среда, компютърната логика започна да оказва значително влияние върху културната логика на цялата комуникативна среда. Следователно фактът, че компютърният слой ще окаже влияние върху културния, е съвсем очакван.“* (Manovich, 2001, 20) Според Манович обектите на новите медии могат да бъдат трансформирани чрез алгоритми, т.е. средата е програмируема. Следователно това засяга и политическата комуникация в дигитална среда, както и промяната на политическата логика. В този смисъл дигиталната политическа комуникация е своеобразна среща на хомо политикус и неговите поостарели *аналогови* представи за политика и демокрация с дигитализирания му вид хомо дигиталис и неговите разбирания за цифрово превъплъщение на политическата комуникация. Дигиталната политическа комуникация е техническа възможност, но и политическа реализация.

Една от основните причини за промяната на политическата комуникация са социалните мрежи, които са част от съвременната комуникационна структура. Те не само променят публичната сфера като нов важен участник в нейното институционализиране, но подчиняват класическите медии на своята логика и отнемат от тяхната обществена значимост като посредник в обществените отношения. Те променят и политическата комуникация. Процесът започва със стартирането на Web 2.0., който отнема от легитимността на традиционните медии и особено от най-мощната от тях - телевизията, и те престават да доминират политическата комуникация. Традиционните медии отдавна не са *светая светих* на средствата за масова информация и на политическата комуникация. Те са в конкуренция с новите медии, които формират начина, по който общуваме, но най-вече променят начина, по който възприемаме реалността. Това означава, че политическият свят разполага с нов медиен *modus operandi*, който предизвиква огромна по мащаба си социална промяна, сравнима с поврата, предизвикан от печатарската преса на Гутенберг. Ако устната реч е първата комуникационна революция на човека, преминаването към писмения език като средство за комуникация е съществена част от медийната еволюция на модерната епоха. Разликата е в това, че ако на печата са били необходими векове, за да се утвърди, то на дигиталната (р)еволуция са достатъчни само няколко десетилетия.

Между регулираните медии и нерегулираните платформи

Медийната трансформация има важни последици за политическата комуникация, особено заради резултатите от конкуренцията за публичното пространство между регулирани от държавата традиционни медии и нерегулирани платформи, които са огромни частни компании. *„От една страна, те дават възможност за свободен достъп до информация на много хора и позволяват по-демократична политическа комуникация, пише Михаел Шрьодер. От друга страна, интернет е и сцена за реч на омраза, за лъжи и пропаганда.*

Демокрацията се нуждае от функционираща публична сфера, но нейното съществуване е поставено под въпрос.“ (Schröder, 2021, 87)

Платформите се превръщат в значим фактор в публичната сфера и придобиват характер на глобални инфраструктури.

Комуникационният мениджмънт все повече се осъществява чрез тях. Икономическите и социокултурните конфликти в информационното пространство и колизията между регулирани медии и нерегулирани платформи имат много важно значение за публичния дискурс и за легитимността на политиката. Например традиционните медии имат важен обществен ангажимент с журналистическите стандарти и установените редакторски правила за подбор на политическо съдържание, и най-малкото за разграничаване на новината от политическото мнение. Платформите нямат подобно задължение и работят по формулата „максимален обем споделена информация до голям кръг потребители“. Те имат своя собствена институционална логика и по този начин влияят върху правилата, по които се осъществява политическата комуникация. Според тяхната теза те са преди всичко средство за общуване и споделяне, и не трябва да бъдат възприемани като новинарска медия например. В това състояние на изострено противопоставяне заради цената на медийното съдържание, класическите медии са принудени да се адаптират към логиката на платформите и по този начин губят значимост, включително и за политическата комуникация. *„Докато в традиционните журналистически медии политическата информация може да бъде обособена и използвана по съответния начин (политическият раздел на вестника, телевизионните новини и т. н.), политическата комуникация в платформите на социалните медии често се осъществява в поток от съобщения, в който новини, коментари, иронизиращи мемове и т. н. се смесват с пословичните „новини за домашни любимци и бебета“ (Bode, 2016, 29).*

Последици има изобщо за информационния ред и общественото мнение като фактор за демокрацията. Забравена в миналото остава дискусията за новия световен информационен ред в рамките на

дебатите на ЮНЕСКО от 70-те години на миналия век и идеята на Нобеловия лауреат Шон МакБрайд за развитие на глобална медия като еднакво достъпен за всички източник на информация (UNESCO, 1977).

Медийният свят създава впечатление, че се намира в патова ситуация, в която все още не може да се намери решение. На пръв поглед това състояние се отнася предимно за предизвикателства от медийно и правно естество, но то има много по-дълбоки последици – от променената структура на публичната информация, през отношенията на медийната екосистема с другите обществени системи, до медиите като средства за масова информация и политическа комуникация. Установените с традиционните медии правила за постигане на комуникационни и обществени цели са радикално променени. Нещо повече, променена е медийната реалност и конструирането на политическата действителност, което предполага нови и може би по-големи усилия за поставянето на бариери срещу превръщането на медиите в инструменти на организирани политически или икономически интереси. Затова за много изследователи основна тема е демократичното разпределение на комуникационната власт, защото „демократията предполага възможно най-широко разпръскване на властта в рамките на публичния дискурс“ (Baker, 2007, 7). В този смисъл е и ролята на политическата комуникация за баланса в разпределението на комуникационната власт и съответно на демократичното състояние на политическата власт. Подобна роля политическата комуникация има и за медийната власт, която „има способността да оспори или утвърди административно-бюрократичните власти“ (Манлихерова, 2007).

Дигиталната комуникация поставя пръст в сърцето на политиката и я променя неузнаваемо с темповете на медийната трансформация. Съвсем неслучайно етимологията на думата „дигитализация“ два от латинската дума *digitus*, която означава пръст. Някои изследователи поставят тезата за дискретизация на политиката чрез дигитализацията, която затруднява възможностите на политиката за постигане на компромиси. Според Райнхард Ридъл има достатъчно основания да се отнасяме предпазливо към опростените обяснения за ефекта от дигитализацията. „Напълно възможно е загубата на способността за компромис да настъпи едновременно с дигитализацията, без да съществува причинно-следствена връзка в едната или другата посока. Но дори и да има реални взаимодействия – за което има известни доказателства – ще ги разберем само ако разгледаме политическите системи и системните ефекти от дигитализацията в цялата им сложност.“ (Riedl, 2022)

Алгоритмичното посредничество

Независимо от всички основания и притеснения техническият прогрес не може да бъде спрян. Историята не познава такъв случай. „Въпреки индустриализацията, занаятите, например, все още съществуват, дори с продукти, които могат да бъдат произведени много по-евтино чрез машина. Подобно развитие е възможно и за книжния пазар“ (Winkler, 2023). Книги все още съществуват въпреки електронните четци, както и киното продължава да завладява умовете и сърцата на аудиторията въпреки телевизията.

Важният въпрос е да няма правен вакуум, а той е очевидна необходимост за социалните мрежи. Не може да се разчита единствено на тяхната саморегулация. Тя не може да бъде решение заради многото собствени форми на саморегулация на платформите заради различните им бизнес модели и корпоративна култура. В същото време не по-малко важен въпрос е регулацията да не накърни независимостта и свободата на киберпространството, които проповядва американският интернет активист Джон Пери Барлоу. В този „нов дом на съзнанието“, както Барлоу определя киберпространството в декларацията си от Давос през 1996 г., „не трябва да се предявяват претенции за господство“ (Barlow, 1996). Съвременната реалност е много далеч от утопичните и идеалистични представи за мрежата. Социалните мрежи все още са далеч не само от правната регулация, но и от международно споразумение, което може да бъде приложено към тях като частна собственост на мощни трансгранични компании. Регулацията в цифровия свят е може би едно от най-големите предизвикателства, защото дигиталната комуникация зависи много повече от пазара, отколкото от закона. *„Пред нас се изправя ново и огромно предизвикателство през XXI век – технологичните концерни, владетелите на дигиталния свят. Те са печелившите от дерегулацията и глобализацията. Пазарната мощ на GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) стана изключителна. Затова са склонни да създават монополи. Те имат важните данни за повечето от нас и контролират чрез алгоритми нашето информационно поведение.“* (van Dijck, José, Poell, Thomas and de Waal, Martin, 2018, 47).

Датафикацията до голяма степен помрачава космополитните утопични представи за демократичния медиен дневен ред в мрежовото общество. Съвсем неслучайно Европейският парламент определя ситуацията за новинарските медии като сложна не само заради влошеното от пандемията финансово състояние, но и заради глобалните онлайн платформи, които „през последните години на практика превзеха съответните пазари на данни и реклама, и също

радикално промениха моделите на потребление на медийно съдържание, без да инвестират адекватно в европейската медийна екосистема" (European Parliament. Committee on Culture and Education., 2021).

Силата на информацията зависи не само от мястото ѝ в традиционните медии и от скоростта, с която се разпространява в социалните мрежи, но и от участието на аудиторията в нейния коментар (Василев, 2023, стр. 115). Този извод е напълно подходящ за политическата комуникация, която по същество пренася политически послания, идеи и информация за политическа дейност. Нейните характеристики все повече зависят от силата на алгоритмите и социалните мрежи, които се намесват все повече във формирането на публичните пространства за политическа комуникация. Скоростта на разпространение на публичната информация води несъмнено до силно емоционализиране на политическото съдържание, което има силен политически ефект и най-вече води до комерсиализация и транснационализация на политическата комуникация. *„Като цяло това води до фундаментална и дълбока, т.е. структурна промяна в политическата комуникация – с последици за политическата система, медиите и обществото като цяло. Тази промяна е поне толкова взривоопасна, колкото и по-ранните дълбоки промени в политическата комуникация, като например формирането на ранната буржоазна публична сфера или нейното развитие в модерна публична сфера, оформена от масовата преса и радиоразпръскването.“* (Henn, Philipp and Friess, Dennis, 2016, 11).

С навлизането на изкуствения интелект радикалната промяна е трудна за осмисляне от естествения интелект на човека. Изкуственият интелект, колкото и да е лишен от емпатия и да не е равностоен на човека, с бързи темпове усвоява езикови модели, лексика, граматически особености. Нещо повече, той навлиза в територията на културата като език, религия, изкуство, политика и т.н. Това означава, че той е в състояние да анализира и формира политическите предпочитания на аудиторията. Това означава също, че той е голямо предизвикателство за медиалингвистиката. Социалните мрежи и изкуственият интелект предизвикват трансформация на медийния език и стил. Тази промяна има отношение към политическата комуникация, „тъй като решението на редица политически и социални проблеми зависи от интерпретацията им в медийния и в политическия дискурс“ (Ефтимова, 2017). Политическата комуникация е слово, реч, текст и те не са просто инструмент на политиката, а преди всичко условие за нейната реализация. Това е причината за притеснителната представата за технологизирана политическа комуникация, подвластна на

алгоритмите. Израелският историк Ювал Харари определя опасността от ИИ като хакване на операционната система на човешката цивилизация. Макар и силно оспорван за тезите си относно опасността от изкуствения интелект Харари казва нещо важно: „Демокрацията е разговор, а разговорите се основават на езика. Когато ИИ хакне езика, той може да унищожи способността ни да водим смислени разговори, като по този начин унищожи демокрацията“. (Harari, 2023)

Структурните промени в политическата комуникация, които възникват в резултат на дигитализацията и алгоритмичното посредничество водят както до нова видимост, така и до нова невидимост на политическото. В този смисъл технологичните промени и социалните мрежи са най-голямото предизвикателство за политическата комуникация, а интегрирането на етични правила в изкуствения интелект е критично важно изобщо за публичната сфера.

Доказателствата са в действията и реакциите на политическите лидери, които показват, че проблемът с изкуствения интелект освен политически, има и военни измерения, които напомнят надпреварата във въоръжаването от времето на Студената война. Френският президент Еманюел Макрон определя развитието на ИИ като политическа революция. „Изкуственият интелект ще повдигне много въпроси в етиката, в политиката, ще постави под въпрос нашата демокрация и нашите колективни предпочитания[...] Това ме води до заключението, че тази огромна технологична революция всъщност е политическа революция“ (Thomson, 2018). Според руския президент Владимир Путин „който стане лидер в тази област, ще бъде владетел на света“ (CNBC, 2017). Китай си поставя за цел до 2030 г. да бъде основният световен лидер в областта на изкуствения интелект. За китайски президент Си Дзинпин ИИ е от решаващо значение за бъдещето на глобалната военна и икономическа конкуренция. Китай се стреми да се възползва от въвеждането на напреднали технологии, със специален акцент върху използването на безпилотни оръжия и изкуствен интелект (Takagi, 2022). Президентът на САЩ Джо Байдън нареди на федералните агенции да изкоренят пристрастията в дизайна и използването на нови технологии, включително ИИ, и да защитят обществеността от алгоритмична дискриминация (The White House, 2023). ЕС подготвя повече от три години законодателство за защита на човека от изкуствения интелект, което да насърчава безопасен ИИ и който да зачита основните права. Например, забранява се използването на системи, които изпращат съобщения на подсъзнателно ниво с цел да повлияят поведението на хората, за използването на дистанционната биометрична идентификация в реално време или за социално оценяване. От забраната се изключва използването на ИИ за целите, свързани с националната сигурност и

отбраната, както и за на научноизследователската и развойната дейност (Council of the EU, 2022).

Американският „Институт за бъдещето на живота“ призовава в отворено писмо да се спрат експериментите с изкуствен интелект и предупреди за „дълбока промяна в историята на живота“ (Future Of Life, 2023). Последват призови за мораториум, включително от академичните и религиозните среди. Причината е да бъде намерени липсващите правни и етични рамки. Едно от многото основания е, че ИИ системите действат въз основа на съществуващи произведения и по този начин „фалшифицират, размиват и копират“ стилове, което е проблематично по отношение на авторското право. По същата логика те могат да фалшифицират и копират медийно съдържание, което е от основно значение за медиите и изобщо за творческите индустрии. Регулацията на социалните мрежи и ИИ, от които зависи съвременната политическа комуникация, засега е неосъществима.

И все пак - осмислянето, анализът и тълкуването на причинно-следствените връзки на която и да е информация или медийно съдържание, не са по силите на алгоритмите. Машините може и да създават стойност от големи количества данни с висока скорост, но не могат да създават художествена стойност и творчески процес.

Трансформацията на аудиторията

В съвременната медийна и информационна ситуация журналистиката като професионална роля и традиционните медии като среда и посредник придобиват още по-голямо значение във времена, в които интернет и социалните мрежи разрушават установените през последните сто години стандарти и медийните модели. Основната и очевидна причина за увереност в бъдещето на журналистиката е, че хората искат и трябва да знаят това което е и защо се случва. Друга също важна причина е, че независимо от „двоично-цифровата“ логика на дигиталната политическа комуникация, тя не може да се осъществи без традиционните и новите медии. В този смисъл политическата комуникация зависи най-много от нуждите на потребителите, а не от конкуренцията между традиционни и новите медии. Променят се не само установените методи за създаване и разпространение на медийно съдържание, но се видоизменят жанрове и формати, а журналистическата компетентност все повече зависи от медийната грамотност на потребителите. Това е съотносимо и към политическата комуникация, защото политиките, партиите и изобщо политическият живот все повече зависят от представите за политика на медийната аудитория, която съставлява и огромна част от избирателите. Съвсем очевидно е новото предизвикателство, което изисква мъчително

адаптиране на политиката към медиен свят, в който познатите ни читатели, слушатели и зрители са вече и издатели, продуценти и журналисти.

Социалният психолог Соня Ливингстън отбелязва, че периодът на технологичното развитие се различава от този на социалната промяна и в този смисъл въпросът за това какво е новото в новите медии за обществото, трябва да се основава на социалната промяна, а не на технологичните иновации. За нея една от най-важните последици от новите медийни технологии е трансформацията на аудиторията.

„Аудиторията може да се тълкува имплицитно като участник и бенефициент на една нова демокрация или като жертва на един нов и силно манипулируем паноптикум“. Отдавна не е състоятелна представата на медиите за аудиторията като потребители, които търсят единствено удовлетворение на специфични информационни и развлекателни желания.“ (Livingstone, 1999). Според Ливингстън *„успешното идентифициране на аудиторията представлява свещеният Граал, без който никоя нова медия не може да има икономическо или социално значение“* (Livingstone, 1999).

Съвременната аудитория вече не е „призрачна публика“ по определението на Уолтър Липман, според който публиката съществува само като илюзия, мит и неизбежно като фантом (Lippmann, 1993, 14). Съвременната аудитория не само търси, тя създава медийно и политическо съдържание. Още радиотеорията на Бертолт Брехт от 1932 г. предвеща новите взаимоотношения между автор и аудитория, които социалните мрежи предизвикаха със споделянето на медийно съдържание. Нещо повече, Брехт може би пръв дава израз на усещането за потенциала на аудиторията, който тя има в революционизирането на политическата комуникация. „Радиото би било най-величественият комуникационен апарат, който можем да си представим в обществения живот, невероятна система от канали, която би могла не само да предава, но и да приема, т.е. да накара слушателя не само да чува, но и да говори, и не да го изолира, а да го постави във връзка с него.“ (Brecht, 1967, 129)

Заклучение

Конвергентната култура на Хенри Дженкинс предизвиква асоциация с конвергентната политика и изобщо с променената политическа комуникация. Във всеки случай ще е академичен наивитет, медийно лекомислие и неразумна политика да не се приеме очевидното - не може да се запази или възстанови ролята журналистиката за политическата комуникация, практикувана през последния век. Това важи и за масовата комуникация, без която обществените системи не

могат да функционират. Също така, независимо че светът е в компютъра, ще бъде лековерен отказът от журналистиката, такава, каквато я познаваме, особено с нейната незаменима роля за социалната ориентация на аудиторията, за културата, за демократичната политика, за пазарната икономика и, разбира се, за взаимодействието между политици и граждани. Етиката заема централно място в обществения дебат за изкуствения интелект и това е силен повод за завръщане на дискусията и за етичните правила в журналистиката. Тя винаги е била сеизмограф на големите политически промени и обществени трусове. Независимо от процеса на трансформация с многобройните му и все още неизследвани достатъчно последствия и потенциал, медиите и журналистиката не могат да бъдат отделени от политическото, културното и икономическото злободневие, както и не трябва да бъде откъсвани от политиката като средство за промяна. Доверието в журналистиката ще определи нейното бъдеще като инструмент за социална ориентация, демократичен контрол на властта и като бариера срещу политическа комуникация, която превръща медиите в лаборатория за демагози.

БИБЛИОГРАФИЯ

Василев 2023: Василев, С. Медийна екосистема. Предизвикателства на трансформацията. София : УИ „Св. Климент Охридски“ 2023.

Ефтимова 2017: Ефтимова, А. Брюкселски новговор или популизъм. Медии и език. Online. 3 May 2017.
<http://medialinguistics.com/2017/05/03/355/>

Манлихерова 2007: Манлихерова, М. Медии и елит. Взаимни влияния в периода 1995-2000. Online. София : Авангард Прима, 2007.
<http://mediaelite.org/%d0%bc%d0%b5%d0%b4%d0%b8%d0%b8-%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d1%82/>

Baker, 2007: Baker, E. Media concentration and democracy: why ownership matters. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

Barlow 1996: Barlow, John Perry. A Declaration of the Independence of Cyberspace. 8 February 1996. Electronic Frontier Foundation.
<https://www.eff.org/cyberspace-independence>

Bode 2016: Bode, Leticia. Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. Mass Communication and Society. 2016. No. 19, p. 29.

Brecht 1967: Brecht, B. Gesammelte Werke. Berlin: Suhrkamp Verlag, 1967.

CNBC 2017: CNBC. Putin: Leader in artificial intelligence will rule world. CNBC. Online. 4 September 2017.
<https://www.cnn.com/2017/09/04/putin-leader-in-artificial-intelligence-will-rule-world.html>

Council of the EU: 2022 Council of the EU. Artificial Intelligence Act: Council calls for promoting safe AI that respects fundamental rights. Online. 6 December 2022.
<https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/12/06/artificial-intelligence-act-council-calls-for-promoting-safe-ai-that-respects-fundamental-rights/>

European Parliament: 2021. European Parliament. Committee on Culture and Education. Report on Europe's Media in the Digital Decade: an Action Plan to Support Recovery and Transformation | A9-0278/2021 | European Parliament. 2021. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0278_EN.html

Future of Life Institute 2023: Future of Life Institute. Pause Giant AI Experiments: An Open Letter. Future of Life Institute. Online. 22 March 2023. <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/>

Harari 2023: Harari, Yuval Noah. Yuval Noah Harari argues that AI has hacked the operating system of human civilization. The Economist. Online. 28 April 2023. Available from: <https://www.economist.com/by-invitation/2023/04/28/yuval-noah-harari-argues-that-ai-has-hacked-the-operating-system-of-human-civilisation>

Harris 2013: Harris, A Big Data Will Save Politics. MIT Technology Review. 2013. Vol. 116, no. 3, p. 26–33.

Henn and Friess 2016: Henn, P. and Friess, D. Politische Online - Kommunikation. Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation. Digital Communication (DGPuK). 2016.

Jenkins 2001: Jenkins, H. Convergence? I Diverge. Technology Review. Online. 1 June 2001.
<https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge/>

Lichfield 2018: Lichfield, G. Why the pessimists are winning, for now. MIT Technology Review. Online. 22 August 2018.
<https://www.technologyreview.com/2018/08/22/140680/why-the-pessimists-are-winning-for-now/>

Lippmann 1993: Lippmann, W. The Phantom Public. . New Brunswick, N.J : Transaction Publishers, 1993.

Livingstone 1999: Livingstone, S. New Media, New Audiences? International Journal of Cultural Studies. 1999. Vol. 1, no. 1, p. 59–66. DOI <https://doi.org/10.1177/1461444899001001010>.

Manovich 2001: Manovich, L. The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2001.

Riedl n 2022: Riedl, R. Diskretisierung der Politik. Societybyte. Online. 07 2022. <https://www.societybyte.swiss/2020/07/28/diskretisierung-der-politik-teil-1/>

Schröder 2021: Schröder M. Medienkompetenz als Schlüssel für Demokratiekompetenz. In: Politische Bildung für die digitale Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer VS, 2021. p. 87–107.

Takagi 2022: Takagi, K. Xi Jinping’s Vision for Artificial Intelligence in the PLA. The Diplomat. Online. 16 November 2022. <https://thediplomat.com/2022/11/xi-jinpings-vision-for-artificial-intelligence-in-the-pla/>

The White House. 2023: The White House. FACT SHEET: Biden-Harris Administration Announces New Actions to Promote Responsible AI Innovation that Protects Americans’ Rights and Safety. The White House. Online. 4 May 2023. <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2023/05/04/fact-sheet-biden-harris-administration-announces-new-actions-to-promote-responsible-ai-innovation-that-protects-americans-rights-and-safety/>

Thompson 2018: Thompson, N. Emmanuel Macron Talks to WIRED About France’s AI Strategy. Wired. Online. 31 March 2018. <https://www.wired.com/story/emmanuel-macron-talks-to-wired-about-frances-ai-strategy/>

UNESCO 1977: UNESCO. International Commission for the Study of Communication Problems. Online. 1977. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375643>

Van Dicjk, Poell J., De Wall, M 2018: Van Dicjk, Poell J., De Wall, M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. . New York: Oxford University Press, 2018.

Winkler 2023: Winkler, B. Die Furcht der Autoren vor KI. Der Pragmaticus. Online. 16 May 2023.
<https://www.derpragmaticus.com/r/ki-autoren/>

Political Communication – Between Regulated Media and Unregulated Platforms

 Simeon Vassilev

Faculty of Journalism and Mass Communication,
Sofia University „St. Kliment Ohridski“
email: sivasilev@uni-sofia.bg

Abstract. Traditional media have long been the Holy of Holies of political communication. They are in competition with new media. New media are shaping the way we communicate and perceive reality. This means that we have a new modus operandi for media and political behaviour and a social change of enormous magnitude, comparable to the upheaval caused by Gutenberg's printing press. The article comments on the media transformation as one of the main reasons for changing political communication.

Keywords: political communication, media, journalism, social networks, transformation