

MEDIALOG

БРОЙ 18/2025
ТЕМА НА БРОЯ

ISSUE 18/2025
TOPIC OF THE VOLUME

МЕДИИ И МЪЛЧАНИЕ

MEDIA AND SILENCE



СПИСАНИЕ МЕДИАЛОГ

БРОЙ 18/2025

ТЕМА НА БРОЯ

МЕДИИ И МЪЛЧАНИЕ

ВОДЕЩ РЕДАКТОР НА БРОЯ

гл. ас. д-р Десислава Сотирова

MEDIALOG

ISSUE 18/2025

TOPIC OF THE VOLUME

MEDIA AND SILENCE

This Issue Editor

Chief Assist. Prof. Desislava Sotirova, PhD

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕДИИ И МЪЛЧАНИЕ

Уводни думи

Десислава Сотирова

7

Кризите на политическата комуникация. Медии, демокрация и мълчаливото мнозинство

Страхил Делийски

9

„Прекрасният нов свят“: медии без журналистика за публики от фенове

Ралица Ковачева

42

„Враговете на народа“: войната на Тръмп срещу американските медии

Десислава Сотирова

71

Обрати в класическите теории на масовата комуникация. Чувствителност към пропагандата

Никола Ат. Венков-Роуз

87

Черните предсказания на сериала „Черно огледало“

Йосиф Аструков

109

РЕЦЕНЗИИ

Рецензия за монографията *Дигитализация на любовта: в търсене на интимния Друг*

Светла Колева

129

Рецензия на книгата *Медии и политика. Преплитане и влияние*

Светла Цанкова

134

НАУЧЕН ЖИВОТ

Отзив: Семинарът „България след Чернобил“

или за медийното мълчание по време на аварията в днешните изследвания

Петя Александрова

138

КУЛТУРЕН ЖИВОТ

Обекти и дири – аспекти на реалността:

Втора съвместна изложба на проф. Венцислав Димов и доц. Орлин Спасов

Десислава Сотирова

146

За авторите в броя

151

Инструкции за цитиране в списанието

155

CONTENT

MEDIA AND SILENCE

Editorial

Desislava Sotirova 7

The Crises of Political Communication. Media, Democracy and the Silent Majority

Strahil Deliyiski 9

“The Brave New World”: Media without Journalism for Fan Audiences

Ralitsa Kovacheva 42

“Enemy of the people”: Trump’s War towards American Media

Desislava Sotirova 71

Shifts in Classic Theories of Mass Communication. The Sensitivity towards

Propaganda

Nikola At. Venkov-Rose 87

The Dark Predictions of the Series “Black Mirror”

Yosif Astrukov 109

BOOK REVIEWS

Monograph Review of *Digitization of Love: In Search of the Intimate Other*

Svetla Koleva 129

Monograph Review of *Media and Politics: Intertwining and Influence*

Svetla Tsankova 134

ACADEMIC LIFE

Review: Seminar “Bulgaria after Chernobyl”. Media silence during the accident in contemporary research

Petya Aleksandrova 138

CULTURAL LIFE

Objects and Traces – Aspects of Reality:

Second Joint Exhibition of Prof. Ventsislav Dimov and Assoc. Prof. Orlin Spasov

Desislava Sotirova 146

About the authors 151

Guidelines for citations 155

Списание „Медialog“ е електронно научно списание за изследване на медии, медийна култура и комуникации. Списанието е с отворен достъп на публикуване след двойно анонимно рецензиране и две положителни рецензии.

Списанието бе създадено през 2016 г. от академичната общност на **Катедра „Радио и телевизия“ на Факултета по журналистика и масова комуникация**, СУ „Св. Климент Охридски“.

Списание „Медialog“ е с **ISSN 2535-0846**

Първият брой е издаден през 2017 г. Основател на списанието е **проф. дн Венцислав Димов**. Главен редактор на списанието се излъчва от членовете на редакционната колегия на ротационен принцип на всеки две години.

Международен борд:

проф. д-р Анна Кръстева – Нов български университет. Доктор хонорис кауза на Университета Лил 3, Франция

доц. Георги Лозанов – СУ „Св. Кл. Охридски“

проф. д-р Лиляна Деянова – СУ „Св. Кл. Охридски“

проф. д.н. Марина Лякова – Institut für Transdisziplinäre Sozialwissenschaft, Pädagogische Hochschule Karlsruhe

проф. д-р Мартин Маринос – The Donald P. Bellisario College of Communications, Pennsylvania State University

проф. д-р Снежана Попова – СУ „Св. Кл. Охридски“

проф. д-р Нели Огнянова – СУ „Св. Кл. Охридски“

Редакционна колегия:

доц. д.н. Вера Ангелова (гл. редактор)

проф. д.н. Венцислав Димов

доц. д-р Орлин Спасов

доц. д-р Жана Попова

гл. ас. д-р Николай Колев

гл. ас. д-р Десислава Сотирова

ас. Лора Търколева

Адрес:

София 1000

Ул. „Московска“, №49, каб. 26

v.angelova@uni-sofia.bg; ztpopova@uni-sofia.bg

Medialog is an electronic research journal on media research, media culture and communication.

The journal is **an open-access publication** featuring texts published after **two positive anonymous reviews**.

It was launched in 2016 by the „**Radio and Television**“ **Department at the Faculty of Journalism and Mass Communication of ‘St. Kliment Ohridski’ University of Sofia**.

The issue has **ISSN 2535-0846**

The first issue of the journal was published in early 2017. The founder of the scientific journal is Prof. Dr. habil. Vencislav Dimov. The editor-in-chief of the journal is elected by the members of the editorial board on a rotating basis every two years.

International Editorial Board:

Prof., PhD Anna Krasteva – New Bulgarian University, doctor honoris causa of University Lille 3, France

Assoc. Prof. Georgi Lozanov – Sofia University

Prof., PhD Lilyana Deyanova – Sofia University

PD Dr. habil. Marina Liakova – Institut für Transdisziplinäre Sozialwissenschaft, Pädagogische Hochschule Karlsruhe

Dr. Martin Marinos – The Donald P. Bellisario College of Communications, Pennsylvania State University

Prof. Dr. habil. Snezhana Popova – Sofia University

Prof. Dr. habil. Nelly Ognynova – Sofia University

Editorial board:

Vyara Angelova – Assoc. Prof. at the FJMC, Sofia University

Ventsislav Dimov – Prof. at the FJMC, Sofia University

Orlin Spassov – Assoc. Prof. at the FJMC, Sofia University

Zhana Popova – Assoc. Prof. at the FJMC, Sofia University

Nikolay Kolev – Chief Assist. Prof. at the FJMC, Sofia University

Dessislava Sotirova – Chief Assist. Prof. at the FJMC, Sofia University

Lora Tarkoleva – Assist. Prof. at the FJMC, Sofia University

Address:

1000 Sofia

49 Moskovska St., study 26

v.angelova@uni-sofia.bg; ztpopova@uni-sofia.bg

УВОДНИ ДУМИ

Свидетели сме на кризи, войни, конфликт на интереси, лобиране и мрежи от зависимости, а опитите за заглушаване на различни гласове продължават. Дълго време думата мълчание съвсем уместно описваше обществените нагласи – мълчание, произтичащо от зависимост, несигурност, тъга, социален натиск или чувство за безсилие и безнадеждност. През последното десетилетие обаче се очертава постепенно, но отчетливо преминаване от пасивност към нови форми на публично заявяване на позиция. Тази тенденция се проявява както в глобални движения като „MeToo“, така и в конкурса „Мис Вселена“ 2025. Успоредно с това, през 2025 г. се състояха широкомащабни обществени протести, породени от нарастващата нетърпимост към корупция и спорни бюджетни политики в редица държави – Франция, Испания, България, Мексико, Перу, Непал, Кения, Мадагаскар, Сърбия и Филипините.

Така периодът, доминиран от мълчание, постепенно отстъпва място на период, белязан от нетърпимост и желание за справедливост. И тук съществено важна е позицията на медиите – дали ще изберат да отразяват фактите, или да спекулират с тях.

В настоящия брой на сп. „Медиалог“ са събрани текстове от X Национална научна конференция „Медии и мълчание“ на катедра „Радио и телевизия“, проведена на 17 – 19 септември 2025 г. в гр. Казанлък. В научния форум участваха докторанти и изявени учени и преподаватели от СУ „Св. Климент Охридски“, Нов български университет и Българската академия на науките.

Броят започва с текста на Страхил Делийски, който анализира основните аспекти на теоретичните дебати за мълчаливото мнозинство и кризата в политическата комуникация. В студиата си Ралица Ковачева изследва как консервативните медии, подкрепяни от властта, повлияват върху журналистиката в САЩ. Десислава Сотирова продължава темата с анализ на

комуникационната стратегия на Тръмп срещу американските медии и опитите му за сплашване чрез институционални инструменти и съдебни искиове.

Никола Венков-Роуз обръща внимание на смяната на парадигми в изследването на масовата комуникация вследствие на отдаваната значимост на пропагандата в различните исторически периоди.

Йосиф Аструков ни превежда през света на фикцията и анализира черните предсказания на сериала, който представя съвременната реалност, но с една стъпка напред – „Черно огледало“.

Представяме Ви и рецензии на две научни издания: прочита на Светла Колева на „Дигитализация на любовта: в търсене на интимния Друг“ с автор Ния Нейкова и на Светла Цанкова върху „Медии и политика. Преплитане и влияние“ от Илия Вълков.

Във втория брой за 2025 г. помещаваме и отзива на Петя Александрова на доклади за ядрената катастрофа в Чернобил и мълчанието на българските власти за последствията от нея.

В „Културен живот“ е резюмирана втората съвместна изложба на Венцислав Димов и Орлин Спасов, която този път се състои в Художествената галерия в Казанлък, филиал „Къщамузей Дечко Узунов“ (27 август – 12 ноември 2025 г.).

Този брой на „Медиалог“ се издава по проект 80-10-1/ 23.05.2025 г. на СУ „Св. Кл. Охридски“.

От водещия на броя:

гл. ас. д-р Десислава Сотирова

КРИЗИТЕ НА ПОЛИТИЧЕСКАТА КОМУНИКАЦИЯ.**МЕДИИ, ДЕМОКРАЦИЯ И МЪЛЧАЛИВОТО****МНОЗИНСТВО**

СТРАХИЛ ДЕЛИЙСКИ

**THE CRISES OF POLITICAL COMMUNICATION. MEDIA, DEMOCRACY AND
THE SILENT MAJORITY**

STRAHIL DELIYSKI

e-mail: delijski@phls.uni-sofia.bg

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6509-4816>DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.9-41>

Резюме: Статията разглежда съвременната криза на политическата комуникация през аналитичната перспектива на три доминиращи парадигми – либерално-плуралистка, конструкционистка и критическа политическа икономия на комуникацията. Главният аргумент е, че всяка от тях предлага различно разбиране за източниците и проявленията на кризата – от ерозията на рационалния публичен дебат и възхода на политиката на постистината, през фрагментацията на споделените символни рамки, до структурните противоречия на капиталистическите медийни системи. Това предполага и различни подходи за нейното преодоляване. В центъра на анализа стои понятието мълчаливо мнозинство, разглеждано като дискурсивна и политическа конструкция, която едновременно отразява и задълбочава кризисните процеси. Заключението маркира възможните пътища за излизане от кризата, в основата на които е изборът между две различни разбираня за комуникацията – като стока или демократично право.

Ключови думи: политическа комуникация, либерален-плурализъм, конструкционизъм, критическа политическа икономия на комуникацията, популизъм

Abstract: The article examines the contemporary crisis of political communications through the analytical perspective of three dominant paradigms – liberal-pluralist, constructionist and critical political economy of communication. The main argument is that each of them offers a different understanding of the sources and manifestations of the crisis – from the erosion of rational public debate and the rise of post-truth politics, through the fragmentation of shared symbolic frameworks, to the structural contradictions of capitalist media systems. This also implies different approaches to overcome it. At the center of the analysis is the concept of the silent majority, seen as a discursive and political construction that simultaneously reflects and deepens crisis processes. The conclusion marks the possible ways out of the crisis, based on the choice between two different understandings of communication – as a commodity or a democratic right.

Keywords: political communication, liberal-pluralism, constructionism, critical political economy of communications, populism

1. Въведение

Един призрак броди из политическия свят – призракът на кризата. Вече близо двадесет години както политическата теория, така и политическата практика са заети да изследват, интерпретират, и доколкото е възможно, да предложат начини на управление на днешната динамика и процеси. И ако съществува някакво съгласие, то е, че се намираме в ситуация на тревога и объркване пред лицето на очевидни заплахи за развитието на демократичните политически системи.

Изследователското поле на политическата комуникация не остава встрани от динамичното търсене на обяснителни модели и отговори на въпроса какво се случва със света около нас. Тече усилен дебат за това как следва да бъде наречено днешното състояние на политическата комуникация. Предложеният текст е един малък опит за включване в тази дискусия. На първо място целта му е да проблематизира универсалността на разбирането за състоянието на политическата комуникация. Много често изследванията в полето на комуникациите строго следват логиката на една единствена изследователска перспектива, което до голяма степен ограничава както техния мащаб, така и тяхната евристичност. Засилването на диалога между перспективите вероятно би помогнало както на изследователката, така и на приложната и политическата работа.

Разсъжденията са насочени към това как изборът на предпочитан изследователски подход влияе върху разбирането за характеристиките на кризата на политическата комуникация, нейните причини и последствия. Трите разглеждани подхода са либерално-плюралистки, конструкционистки и подход на критическата политическа икономия, които до голям степен доминират съвременната изследователска традиция. Това са три научни

парадигми, които не са алтернативи една на друга, но които следват различна теоретична програма и стигат до различни заключения.

Настоящият анализ следва следната логика. Първо, въвежда понятието мълчаливо мнозинство в контекста на връзката криза – популизъм. Второ, идентифицира как всяка една от трите парадигми разбира политиката, политическата власт и демокрацията. Трето, свързва това разбиране с представата за ролята и същността на политическата комуникация, функциите на медиите като механизъм за възпроизвеждане на политическата система и характеристиките на политическата публика. Четвърто, описва представата за съвременна криза, нейните източници, проявления и процеси с акцент към специфичното разбиране за същността и влиянието на популизма. Пето, проблематизира динамиката на кризата през понятието „мълчаливо мнозинство“. Най-често то функционира като политическа фраза, но има и своята теоретична употреба. В зависимост от използваната перспектива то бива изследвано в качеството си на антиплуралистски инструмент за политическа легитимация и делегитимация, като симптом за състоянието на символния ред и дискурсивна стратегия за неговото подреждане или като идеологически конструкт за възпроизвеждане на доминиращи представи.

Настоящият анализ няма претенция за изчерпателност на интерпретациите и всеобхватност на изводите, нито да цели да предефинира понятия. Всяка една от различните парадигми е вътрешно разнородна, но детайлизирането на тази разнородност би изместило фокуса. По-големите обобщения в текста са свързани с акцентирането върху различията *между* подходите, което няма как да не се отрази на нюансирането и детайлизацията *вътре в* подходите. Заедно с това понятията и дефинициите в текста са използвани така, както съответните парадигми ги използват без да се назовава обектът

на специална дискусия и критика. Текстът по-скоро е замислен като опит за обвързване на различните подходи и отправна точка за допълнително теоретизиране и формулиране на изследователски въпроси. И не на последно място, разбирането за криза на политическата комуникация е в основата на много и важни публични политики. Почти винаги отговорът на въпроса „как да се справим с кризисните явления“ опира до въздействието и отношението към мълчаливото мнозинство – и като изследователска категория, и като въобразяем социален или политически субект.

2. Мълчаливото мнозинство – историческа употреба и теоретични контексти

Мълчаливото мнозинство е едновременно и фраза за политическа употреба, и в по-малка степен академично понятие. В рамките на политическата употреба фразата обикновено обозначава масата обикновени граждани, които не са особено политически активни, но в тях е въплътена истинската, автентичната воля на народа. Като теоретичен проблем понятието в едни случаи засяга структурата и характеристиките на политическата публика – достъпът до публичност, конструирането на общественото мнение и ангажиментът на гражданите по отношение на демократичната комуникация. В други случаи то бива изследвано от гледна точка на политическата му употреба – като реторичен или дискурсивен инструмент за политическа легитимация.

Понятието „мълчаливо мнозинство“ навлиза в съвременния политически речник по времето на президентския мандат на Ричард Никсън в САЩ. В телевизионно обръщение на трети ноември 1969 г. Никсън приканва *„голямото мълчаливо мнозинство на моите американски сънародници“* да подкрепят неговата политика по време на войната във Виетнам. Употребата на понятието има две

реторически цели. Веднъж, за да потърси демократична легитимност чрез претенцията, че изразява позицията на мнозинството. Втори път – да противопостави тази позиция на „шумното малцинство“ на антивоенните демонстранти, чиито искания трябва да изглеждат като непредставителни, а поведението им като политическа девиация (Greenberg, 2019). Мълчаливото мнозинство започва да функционира като политически мит, който през годините се превръща в интегрална част от консервативния и популистки дискурс далеч отвъд американските граници.

През 70-те години на XX в. във Великобритания Маргарет Тачър използва подобна реторика, за да противопостави „обикновените работещи хора“, на „радикалните“ синдикати, в контекста на силно агресивна политическа ситуация (Hall, 1988). През 2016 г. кампанията на Доналд Тръмп често реферира към „забравените мъже и жени на Америка“, Нарендра Моди пък говори на „тихата, но патриотична средна класа на Индия“. С възхода на десния популизъм мълчаливото мнозинство приема статута на устойчив политически маркер, който конструира конфликта между един морален колективен субект от една страна и неморалните елити или шумните малцинства от друга (Moffit, 2020).

В рамките на политическата теория понятието е изследвано и възприемано много често именно като популистки конструкт. То не представлява никаква емпирично измерима или валидирана група, а дискурсивен инструмент, с който от една страна се заявява претенция за автентичност и морал, а от друга страна – се делегитимират и конфронтират различните гласове и позиции (Laclau, 2005; Kazin, 1995; Mudde, и др.)

В полето на комуникационните и медийните изследвания мълчаливото мнозинство обикновено се мисли в контекста на динамиката на функциониране на общественото мнение. Липман

твърди, че гражданите са пасивни наблюдатели на политическия живот, които разчитат на „картините в главите“, създадени от медиите (Lippmann, 1922). Половин век по-късно Елизабет Ноел-Нюман формулира теорията за „спиралата на мълчанието“, според която индивидите са склонни да потискат своето различно мнение, когато възприемат себе като част от мнозинството, като по този начин възпроизвеждат усещането за консенсус. Страхът от социална изолация, който кара различните гласове да мълчат, се подхранва от медиите, които възпроизвеждат доминиращото мнение. В този смисъл мълчаливото мнозинство представлява не просто някаква въобразена маса от хора, а специфично комуникационно състояние на публиката, създадено от принудата на конформизма и медиатизацията на начините на възприемане на света (Noelle-Neumann, 1974).

Понятието „мълчаливото мнозинство“ може да бъде открито и в постмодерната социологическа традиция. В края на 70-те години на XX в. Бодрияр обявява края на „социалното“, защото масите вече не действат като политическа или социална сила, а като инертна, мълчалива маса, която абсорбира медийните съобщения, без обаче да се ангажира с тях. Последното е и форма на съпротива от страна на масите, която прави опитите за контрол през медиите неефективни. От подобна гледна точка мълчаливото малцинство служи като метафора за разрушаването на колективните значения в късната модерност, където активността е заместена от апатия, а репрезентацията от симулация (Baudrillard, 1983).

В настоящия текст понятието се използва предимно в контекста на проблематиката на популизма. Дали ще бъде слаба идеология и политическа девиация (либерално-плуралистката версия), дискурсивна стратегия за символно конструиране на политическия конфликт (конструкционистка версия) или идеологическа форма на капиталистическата хегемония (десният популизъм в критическата

политическа икономия) популизмът е почти задължителна отправна точка в теоретизирането на съвременните кризи на политическата комуникация. Чрез проблематизирането на понятието мълчаливо мнозинство можем, от една страна, да артикулираме популисткия момент, а от друга – да включим в анализа влиянието на медиите върху кризисните процеси, чрез способността им да дават или да отнемат глас.

3. Либерално-плюралистка парадигма

3.1. Разпръснатата власт и институционализация на конфликтите

В основата на либерално-плюралистката парадигма стои допускането, че обществото е съставено от множество автономни, но легитимни интереси, ценности и идентичности, които често са в конфликт едни с други (Dahl, 1961; Berlin, 1969). Следователно, главното изискване към демократичната система и демократичната държава е да регулира вътрешното разнообразие. Това трябва да се случва посредством институционализиране на конфликтите – процес, който е невъзможен без ефективна комуникация.

Подобно разбиране не само че не изключва конфликта, а го счита за основополагащ и продуктивен елемент на демократичния живот. Своеобразното опитомяване на конфликта не би могло да се случи без изграждането на такова политическо пространство, в което различията се артикулират публично и се договарят чрез диалог, компромис и рационално обсъждане (Habermas, 1989). Следователно, стабилността на демокрацията не е функция от постигането на политическа хомогенност и пълно съгласие по отношение на колективните цели, а от способността за институционализиране на несъгласието и неговото управляване чрез споделени процедурни норми и култура на толерантност (Dahl, 1961).

Възприемането на обществото като мрежа от взаимозависими, но автономни групи (икономически, културни, религиозни и идеологически), които в съревнование помежду си се стремят към влияние върху политическия процес, за да реализират своите интереси, предполага и определено разбиране за характеристиките на политическата власт. Либерално-плюралисткото разбиране за властта е, че тя е децентрализирана и разпръсната (Dahl, 1961). Властта не е монолитна, а е разположена в множество центрове на влияние, което предотвратява нейното монополизиране и създава условия за баланс и преговори. Държавата трябва да функционира като относително неутрален арбитър, който регулира конкуренцията и гарантира процедурна справедливост (Dahl, 1989). Именно споделеното съгласие относно процедурните правила на демократичната игра осигуряват политическата интеграция. Това споделено съгласие е в основата на мирното разрешаване на конфликти, легитимността на властта и нейната приемственост (Rawls, 1993).

3.2. Политическа комуникация, медии и публика – пазарът на идеи и информираният гражданин

Основната роля на **политическата комуникация** в либерално-плюралисткия модел е да поддържа доброто функциониране на демократичната система, като осигурява ефективно общуване между политици, медии и граждани. В този смисъл те я в основата на възпроизвеждане на публичната сфера, като механизъм за постигане на рационален консенсус (Habermas, 1989; McQuail, 2010). За да функционира ефективно комуникационният процес, е необходимо да има публичност и отворен достъп до информация, равнопоставеност на участниците и защита от цензура или манипулация (Schudson, 2011).

Процесът на политическата комуникация доминиращо се случва на терена на **медиите**. Те определят пространството, в което се осъществява „*пазарът на идеи*“. Нормативно те се разглеждат като неутрален посредник в публичната комуникация, чиято роля е да бъде своеобразна „четвърта власт“ (McQuail, 2010; Schudson, 2011). Медиите следва да подпомагат процеса на демократична комуникация като осигуряват надзор върху властта, предоставят достоверна, проверена и обществено значима информация, отразяват многообразието на обществените гледни точки и стимулират обществен дебат.

По отношение на **публиката** либерално-плюралистският подход предпоставя съвкупност от рационални и автономни граждани, способни да участват критично в публичния дебат и да взимат информирани политически решения (Dewey, 1927). За да се осъществи демократичният идеал, публиката не трябва да е пасивен получател на информация, а активен участник в процеса на политическа комуникация. Стабилността на демократичната комуникация от своя страна зависи от способността за критично мислене, отвореността към алтернативни гледни точки и доверието в институционалните механизми на публичността.

3.3. Кризата на политическата комуникация като криза на либерално-плюралисткия идеал

Нормативният и телеологичен характер на либерално-плюралисткия подход е в тежък конфликт с политическата действителност от почти две десетилетия. **Контрастите между идеала и практиките** (между това, което трябва да бъде и това, което е), между очакваната и желаната крайна цел на политическото развитие (повече демокрация) и настоящата динамика (авторитаризъм) стават все по отчетливи.

Днес политическата публичност изглежда далече от либерално-плюралисткия идеал. Вместо интегрирана публична сфера наблюдаваме множество „полупублични ехокамери от единомишленици“ (Sunstein, 2018; Pariser, 2011). **Фрагментацията** се задълбочава от действието на алгоритмите в дигиталните платформи, които дават приоритет на ангажираността към съдържанието пред неговото разнообразие. Ехо камерите от преддигиталната епоха се развиват, за да се превърнат във филтърни балони, които подсилват съществуващите убеждения и изолират потребителите на информация от алтернативни гледни точки.

Нормативният идеал изисква дори при наличието на дълбоки и сериозни различия в политическите виждания гражданите да споделят и поддържат своя ангажимент към демократичните ценности (в случая главно политическото равенство и свързаното с него зачитане различната гледна точка). Съвременните общества обаче са достигнали до състояние, при което различията надхвърлят границите на рационалното несъгласие. Политическите конфликти се морализират и екзистенциализират, опонентите се превръщат във врагове, компромисът се превръща в предателство. Психолозите все повече говорят за деструктивната роля на т.нар. афективна поляризация – **поляризация**, в основата на която не стои идеология, а афект (Iyengar and Westwood, 2015). Политическите идентичности вече не са идеологически обусловени, а в много голяма степен се консолидират чрез емоционална свръхлюялност към вътрешната група и крайна враждебност към външната група. Политическите разделения се поддържат от дезинформация, конспиративни теории и „алтернативни факти“, които вкарват публичността в режим на постистина.

Дигиталната трансформация и динамичната хибридизация на медийните системи поставят под въпрос журналистическата

неутралност и ролята на медиите като обществени посредници (Carlson, 2017; Schudson, 2011; Van Aelst, et al., 2017). Въпреки че потребяването на традиционни медии продължава да бъде предпочитан източник на информация за не малка част от публиката, балансът осезаемо се измества към социални платформи (Newman, et al., 2024). По този начин професионалните стандарти за гарантиране на достоверността на информацията започват да отстъпват на бизнес модели, насочени към стимулиране на потребяване на време, а не към предоставяне на достоверни факти и рационални гледни точки. Медийният сектор, който е продукт на тези развития, е силно деформиран (по отношение на основните функции на медиите), а политиката на постистина прави така, че гражданите започват да губят способността да различават фактите от пропагандата (Allcott and Gentzkow, 2017). Информираният гражданин от плуралисткия идеал отстъпва на **манипулирания наблюдател**, с което една от ключовите предпоставки за демократична комуникация става невалидна.

Популистките движения превръщат постистината в политика. В рамките на либерално-плуралистката парадигма популизмът обикновено се разбира като слаба идеология (thin ideology), политическа патология или отклонение от нормите на демократичния политически процес. В този смисъл политиката на постистина (като основа на популистката политика) е пълно отрицание на нормите на либералния плурализъм. Манихейският принцип „ние, добрите, срещу тях, лошите“, по същество е диаметрално противоположен на самата идея за плурализъм (Mudde & Kaltwasser, 2017). Резултатът от всичко това е дълбока политическа поляризация, която се самовъзпроизвежда по силата на политическата динамика, с което заплашва не само демократичната легитимност, но и стабилността на политическите системи.

Сред изследователите съществува относителен консенсус, че политиката на постистина е в основата на кризата на доверието към институциите на представителната (либералната) демокрация. Като дава предимство на интерпретациите пред доказателствата, на вярата пред фактите и на емоциите пред разума, политиката на постистина се използва от популистките лидери като основен инструмент за институционална делегитимация (Waisbord, 2018). Още през 2011 г. авторитетната изследователка Пипа Норрис обявява, че недоверието към всички структури на т.нар. естаблишмент – политически, медийни, академични – се превръща в структурна характеристика на съвременните демокрации (Norris, 2011).

Политическият процес постепенно започва да се върти в порочен кръг – делегитимацията на институциите води до намалена обществена подкрепа за демократичните политическите действия и решения и до възход на антисистемни предложения и движения. Те пък на свой ред използват кризата на доверие, за да подкопаят допълнително институционалната стабилност (Levitsky and Ziblatt, 2018). Популистките лидери отхвърлят идеята за институционално опосредстване на политическите конфликти – те, а не партиите представляват „народа“ и те, а не институциите решават неговите проблеми. На мястото на делегитимираната институционалност се настанява популистката претенция за директно представителство на интересите.

3.4. Смъртта на идеала и оживяването на „мълчаливото мнозинство“

Колкото повече действителността се отдалечава от либерално-плюралисткия идеал, толкова повече мълчаливото мнозинство престава да бъде просто реторична форма. Понятието започва да функционира като политически инструмент, който трябва 1) да

замести диалога с морална абсолютизация и 2) да оправдае концентрацията на власт в ръцете на лидера, претендиращ да въплъщава „волята на народа“. Популистката комуникация в условията на политиката на постистина е фундаментално антиплюралистична. Тя редуцира представите за обществото до бинарна опозиция между „чистия народ“ и „корумпираните елити“, като отхвърля различието и несъгласието. В резултат на това основните принципи на либералния плюрализъм – рационален дебат, институционално посредничество и споделена фактологическа рамка биват подменени и в крайна степен отхвърлени.

Мълчаливите най-сетне проговарят през популисткия лидер, който претендира директно да изрази потиснатата воля на народа без посредничеството на партии, медии и др. институции. В либерално-плюралистката парадигма оживяването на „мълчаливото мнозинство“ е едновременно и симптом, и инструмент за задълбочаване на кризата на либералната представителна демокрация. Лидерът предлага усещане за общност, като същевременно дестабилизира демократичната комуникация, подменяйки многообразието от гласове с хомогенизираща и авторитарна претенция за представителство.

4. Конструкционистката парадигма

Демократичният плюрализъм не може да функционира без минимално споделен символен ред – обща дискурсивна основа, в която разногласията могат да се изразяват, без да бъде разрушавана тъканта на комуникацията. И ако либерално-плюралисткият подход определя съвременната криза на политическата комуникация с понятия като дезинформация, поляризация и популизъм, то за да отидем на равнището на дискурсивната реалност ще ни е необходима конструкционистката теоретична перспектива. Конструкционизмът

разглежда тези явления като симптоми на по-дълбок процес, свързан с **разпадане на символния ред** (споделената рамка от значения, идентичности и властови отношения). Този ред никога не е фиксиран, а е динамично договарян, резултат от непрекъснат процес на размяна на значения, които много често са в конфликт едни с други.

4.1. Власт и дискурс – конструиране на символния ред

В основата на конструкционисткия подход стои разбирането, че значенията, с които описваме социалната реалност, са социално конструирани в процеса на комуникация (Berger & Luckmann, 1966). На езика на критическия дискурс анализ социалната реалност е резултат от дискурсивни практики. Според Феърклъф дискурсът е не просто отражение на реалността, а механизъм на социално конструиране, чрез който се създават и поддържат властовите отношения. В този смисъл, политическата власт не се основава единствено на принуда или институционален контрол, а на общоприети конвенции по отношение на легитимността на символния ред (Fairclough, 1995).

Символният ред представлява мрежа от норми, езикови структури и институционални значения, чрез които обществото конструира своята колективна реалност. Той действа като дискурсивна инфраструктура на политическата реалност – невидим механизъм, който осигурява стабилност, предвидимост и споделено значение в политическата комуникация. Както отбелязва Фуко, властта не съществува извън дискурса – тя се реализира чрез производството на „режими на истина“, които определят кое може да се каже и кое не, какво се счита за истина, какво е знание, какво е справедливост (Фуко, 1992). **Властта** от конструкционистка гледна точка е в способността да наложиш своята дефиниция, като тези дефиниции не са статични. Те са в постоянен процес на оспорване и

договаряне, в което е и комуникационната същност на политическия процес.

4.2. Политическата комуникация, медии и публика в процеса на социално конструиране на реалността

В конструкционистката перспектива ролята на политическата комуникация отива отвъд идеята за обмен на информация между политици и граждани с посредничеството на медиите. Тя е **дискурсивен процес на съвместно конструиране на социалната реалност**, в който трите групи агенти са в постоянен режим на взаимодействие. Логиката на този процес произтича от непрестанното оспорване, договаряне и легитимиране на значенията на ключови понятия и символи. Политическата природа на комуникацията предполага динамика на постоянен конфликт между различни актьори, които посредством използването на езика се борят да наложат своята дефиниция на политическата реалност. Подобно разбиране произтича от конструкционистката предпоставка, че комуникацията и езикът не просто отразяват социалните обекти, а са в самата основа на конституирането на социалната реалност. В този смисъл политическата комуникация представлява дискурсивното равнище на функционирането властта.

В процеса по конструиране на политическата реалност **медиите** са приемани за **активни участници**. Те не само отразяват, но и рамкират политическите събития, като им придават определени значения и морални перспективи – не просто ни казват за какво да мислим, но и как да го мислим (Lakoff, 2004; Gamson and Modigliani, 1989). Медиите избират тези, език, и рамки и по този начин структурират символното пространство, в което обществото мисли политическото. Независимо от това как се прави този избор – дали като резултат от налагането на професионални стандарти,

политически или корпоративния влияния или случайност – символното пространство, което медиите конструират, е доминиращо в социалната среда и е основополагащо по отношение на онова, което мислим като реално. С други думи, медиатизацията на социалния живот (и в частност на политическия) води до закономерност, която постепенно се превръща в очевидна истина – ако нещо го няма в медиите, то не се е случило въобще.

Успоредно с очертаване на границите на социална реалност в полето на медиите и с тяхно участие се случват колективните дефиниции на това кое е „нормално“ или „скандално“, кое е възможно или невъзможно. Те задвижват ключови механизми за създаване на общата интерпретативна рамка, която прави така, че социалните и политическите събития да придобиват значение и смисъл, а от тук да мотивират и ориентират политическото действие.

Публиката е другият активен участник в съвместното производство на смисъл. Гражданите участват в оформянето на публичния дискурс чрез социални **практики на смислообразуване**, които ги превръщат в публика. Такива практики са възприемането, интерпретирането и споделянето или отхвърлянето на значенията и валидността на медийни и политически послания. Публиката не просто „разбира“ посланията, а ги превежда през собствени когнитивни и културни схеми – през личен опит, колективна памет и морални рамки (van Dijk, 2008). Според когнитивния лингвист Джордж Лакоф нашата познавателна структура и възприемане на политиката са основани главно върху метафорични модели (напр. държавата като семейство, политиката като битка, данъците като кражба), които действат подсъзнателно и ориентират емоционалните реакции на гражданите (Lakoff, 2016). В този смисъл, публиката, или по-скоро нейните познавателни схеми и възприятия, от една страна е полето, на което се случва дискурсивният конфликт, а от друга е

крайната цел на усилията по налагане на интерпретации, които да предизвикат подкрепа и легитимност.

4.3. Криза на споделените значения

Дигиталните медии и персонализиращите алгоритми, които допълнително фрагментират публиката, трансформират публичната сфера в множество **несвързани микросимволни светове** със свои собствени значения за социалната реалност. И тъй като дискурсът е социално ситуиран, знанието и убежденията се оформят в рамките на специфични общности (van Dijk, 2008) – в условията на фрагментация тези общности престават да споделят обща епистемологична база. По този начин възникват успоредни дискурсивни вселени, в които дори базовите факти нямат универсална валидност. В резултат на това политическата комуникация губи своето интегративно измерение. Липсва „общ терен“ на символно разбирателство. Много често не става въпрос за обичайно различие в значенията на символите, а за конфликт между различните значения. В рамките на този конфликт различните публики изработват собствени режими на истина, всеки от които отхвърля валидността на другия.

Още в края на 70-те години на XX в. Жан-Франсоа Лиотар (1993) предложи схващането за края на големите разкази. Дебатът по отношение на тази концепция продължава и днес и, въпреки всички критики, нейната валидност все още не е отхвърлена. От конструкционистка перспектива **разпадът на големите разкази** се мисли в контекста на символната фрагментация и конфликта между различните режими на истина. За да се поддържа определен символен ред са необходими доминиращи наративи, големи, тотализиращи обяснения, които да придават смисъл и легитимност на социалния живот. Наред с такива разкази като тези за националния суверенитет,

за прогреса и пр., демократичният разказ също губи легитимност. Изискването за споделено значение, което да изпълни функцията на своеобразен символен център е подменено от конкуриращи се метафори (Lakoff, 2016). Демокрацията означава едновременно „*воля на народа*“ (популистката рамка), „*система от правила и процедури*“ (либерална рамка), „*заплаха за традиционните ценности*“ (реакционна рамка). Подобна фрагментация на големите наративи ги прави негодни като смислоорганизиращи конструкти и отваря пространствата за символна несигурност.

Както видяхме, в конструкционистката перспектива мисленето и действието (особено в неговите колективни политически измерения) са структурирани от понятийните рамки, които общосподелените значения създават. Когато тези рамки се разпаднат, езикът се превръща в арена на борба за означаване (в семиотичния смисъл на понятието). Допълнителна предпоставка за това е, че ключови понятия, които мобилизират политическа идентичност, като „демокрация“, „свобода“ и „народ“ и др. не притежават фиксирани значения. Те се превръщат в празни означаващи, а от тук и в терен на дискурсивна битка, в която всяка враждуваща група се стреми да ги запълва със собствено съдържание (Laclau, 2005). Семиотичното явление на откъсване на означаващото от означаемото създава смислов вакуум, чиито комуникационни измерения са свързани със силното стесняване на пространството на аргументирания рационален дебат. Езикът губи своето качество на символен посредник и се превръща в оръжие на афектите, т.е. става политически. И понеже езикът формира публиките, социалните платформи ускоряват създаването на афективна публика, за която емоционалният резонанс доминира пред фактологичната точност (Papacharissi, 2014).

Подобно разбиране за състоянието на символния ред и динамиката на неговото конструиране определя и начина, по който конструкционистката парадигма подхожда към популизма. Въпреки нюансите при отделните подходи **популизмът** обикновено се отнася до **специфичен начин на конструиране на политическата реалност**. Ако допуснем, че в центъра на политиката са конфликтът и антагонизмът, популизмът представлява определена политическа логика, чрез която се конструират политически идентичности и се маркират границите на разделението *ние* (народът) – *те* (елитите) (Laclau and Mouffe, 1985). В зависимост от това как се конструира народът и как се определят неговите врагове Муф разделя популизма на ляв (народът представлява коалиция от групи, които са обект на различни форми на доминация, експлоатация и дискриминация, а врагът са неолибералните или консервативните елити) и десен (обикновено народът е конструиран през етнически или националистически линии, а врагът не са само корумпираните елити, но и *различните други* – малцинства, имигранти и т.н.) (Mouffe, 2018). В този смисъл, вместо да разглежда популизма като отклонение от демократичната норма конструкционисткият анализ го вижда като реакция на разрушения символен ред – той може да заплаши демокрацията, но може и да я подпомогне.

От конструкционистка гледна точка медиите участват активно в конструирането на популистката версия за политическия свят. Популисткият дискурс и медийните практики са в постоянно взаимодействие – популизмът се адаптира към логиката на медиите, а медиите се възползват от неговата емоционална и конфликтна динамика (Moffitt, 2020). Популистките лидери много успешно вписват поведението си в доминиращата медийна логика, формирана от драмата и конфликта, свръхопростяването, персонализацията и неформалния език. В медиите те имат подходящата символна среда,

която им помага да изразяват пряка и емоционално наситена връзка с публиката, като заобикалят институционалните посредници на либералната демокрация. Медиите от своя страна получават от популистите съдържание, което отговаря на критериите за популярност. Дигиталната медийна среда е особено подходяща за дискурсивни практики, чиято цел е да внушават автентичност и да улесняват идентификацията с лидера. Социалните медии позволяват пряко комуникационно взаимодействие между лидерите и гражданите, което подсилва усещането за общност и политическа ефективност. Афективната публика в дигиталните платформи (Papacharissi, 2014), която реагира посредством емоционален рефлекс, а не рационална рефлексия (по Скот Лаш) е вероятно най-подходящата публика за популисткото представление.

4.4. „Мълчаливото мнозинство“ като дискурсивна реакция на разпадащия се символен ред

От конструкционистка гледна точка понятието **мълчаливо мнозинство** работи като основен елемент в популистката **дискурсивна стратегия** за възстановяване на символния ред. В случая не става въпрос за реална социална категория, а за реторична конструкция, чрез която се компенсира липсата на споделено значение и чиито смисъл и съдържание са в постоянен процес на договаряне. Мълчаливото мнозинство функционира като празно означаващо (в категориите на Лаклау) – лингвистично средство, което е способно да обедини многообразието от социални фрустрации в един силно емоционален символ (chain of equivalence). С други думи, понятието мълчаливо мнозинство оперира като символна кондензация на социалното възмущение. В това си качество то трябва да възстанови единството на все по-фрагментираната комуникационна среда. Когато рухне споделената символна система,

гражданите спират да се съгласяват по отношение на това, кое е добро и кое е лошо, кое е истина и на кого трябва да се вярва, какво представлява общественият интерес. В подобна среда на символен хаос идентификацията със символа мълчаливо мнозинство създава усещането за единство и морална яснота.

Ако понятието *мнозинство* е онова, което маркира колективната идентификация и единството, то определението *мълчалив* изпълнява допълнителна, но важна символна роля. То предпоставя автентичност и морална чистота. Мълчаливите не са повредени от шума на корумпираните елити и медиите. Те са също така различни и антагонистични на малцинствата, които доминират публичния дискурс. В понятията на конструкционистката парадигма употребата на символа и идентификацията с него е дискурсивна практика, която поставя ясни политически демаркационни линии. Това е начин да се разграничи легитимните от нелегитимни реч и език, автентичната от неавтентичната публика.

В същото време употребата на символа мълчаливо мнозинство е и политическа стратегия за легитимация. Все повече политически лидери имат претенцията да говорят от името на тази въображаема група. И тук не става въпрос само за тези с открито популистко поведение. Претенцията да представляваш истинския глас на хората се превръща в задължителен атрибут на политическия дискурс в контекста на всеобща валидизация на разказа за разделението между елити и неелити. Въпросът не е вече дали си популист или не си популист, а какъв тип популист си (Делийски и Георгиев, 2021). Политическият конфликт все повече се изпразва от идеологическо съдържание и се превръща в борба за това чия претенция да представлява мнозинството е по-валидна. Тази претенция за **дискурсивна хегемония** от своя страна изключва възможността за

наличие на алтернативни гледни точки и замества политическия плурализъм с манихейска символика.

5. Парадигма на критическа политическа икономия на комуникацията

5.1. Икономически отношения, политическа власт и идеологически апарати

В традицията на марксисткия анализ критическата политическа икономия на комуникациите разглежда **политическата власт** като въплътена в и произтичаща от **структурите на собственост, производство и контрол**, които характеризират капиталистическите общества. Властта не представлява единствено формално задължение или легитимна принуда. Тя е структурна способност да се оформят самите комуникативни условия на социалния живот. Следователно, политическата власт произтича едновременно от икономическата собственост и от контрола върху това, което Уилямс нарича, следвайки Маркс, средства за *духовно производство* (*means of mental production*). Те създават социалните и материалните условия необходими за културната и интелектуалната работа, за производството и разпространението на идеи (медии и комуникационни технологии, образователни и културни институции и т.н.) (Williams, 1974).

От това следва, че политическата власт може да се реализира единствено чрез **приватизацията и комодификация на комуникацията**. В резултат на капиталистическата динамика доминацията на корпоративната собственост ограничава разнообразието от гласове и привилегирова интересите на капитала пред тези на труда или гражданското общество (Murdock & Golding, 2005). Подобна перспектива отхвърля либералната идея за неутралната държава. Държавата е инструмент за защита на

доминиращата класа, чрез който пази съществуващия режим на собственост върху средствата за производство и едновременно с това възпроизвежда комуникативните условия, необходими за легитимацията на капитализма (Fuchs, 2014; Murdock, 2011). В същото време, следвайки диалектичната логика държавата е (или може и трябва да бъде) и теренът, на който се случва битката за опубличностяване или демократизация на комуникацията.

От тази гледна точка, **политическата комуникация** представлява дискурсивното измерение на политическата икономика. Тя е процесът, чрез който **материалната власт се превръща в идеологическо влияние**. Комуникацията е форма на културно производство (по-съвременния социологически термин на марксовото духовно производство). Следователно значенията се създават и циркулират в рамките на конкретни материални икономически отношения, което ги прави изключително зависими от това кой контролира средствата за културно производство (Williams, 1980). В днешно време сме свидетели на окончателното превръщане на комуникацията в стока (комодификация на комуникацията), а потребителската активност – в неплатен „*просуматорски труд*“, който се продава на рекламодатели (Fuchs, 2014). Вследствие на това логиката, която движи политическата комуникация (производството и разпространението на съдържание), престава да следва изискванията на демократичния дебат и все повече се подчинява на изискванията за икономическата печалба.

В капиталистически условия **медиите** функционират едновременно като **капиталистически предприятия**, които максимизират материална печалба и като **идеологически апарати**, които натурализират съществуващите социални отношения. За да обясни как функционират медийните системи, Грегън Мърдок посочва трите основни двигателя на медийната дейност: 1)

стремежът към максимизиране на аудиторията за рекламодателите; 2) тенденцията към концентрация и монопол; и 3) интернационализацията на медийните пазари (Murdock, 2011). Тези императиви оформят медийното съдържание и достъпа до него, активно участвайки в създаването на избирателна традиция (selective tradition). Под този термин Реймънд Уилямс разбира активен процес на подбор и реинтерпретация на културни артефакти, чрез който определени гледни точки и теми се привилегирват, а други се маргинализират (Williams, 1974). По този начин медиите не налагат директна цензура, а структурират дневния ред чрез икономизирана селекция на гласове и перспективи, съответстващи на логиката на пазара.

Капиталистическата динамика променя и характера на **политическата публика**. Тя не е съставена от граждани, а от **потребители**, които са силно социално стратифицирани и чийто достъп до публичност е обусловен от класови и културни режими на неравенство (Murdock, 2000). В дигиталната епоха публиката става все по-ценна в качеството си на неизчерпаем източник на данни за рекламодателите. Нейната ангажираност в дигиталното пространство се комодицифира, за да може стоката да бъде след това търгувана (Fuchs, 2021). В този смисъл капиталистическата логика превръща един от ключовите участници в комуникационния процес – публиката – от политически в пазарен субект. Ние сме повече потребители и дори стока отколкото граждани и това води до несъмнени последици по отношения на демокрацията.

5.2. Това не е криза, това е капитализъм

Като следваме логиката на критическата политическа икономия на комуникацията можем да направим извода, че кризата на политическата комуникация не е случаен провал, нито необичайно

отклонение от нормативния модел. Тя произтича от икономическите структури и моделите на собственост и е логично следствие от подчиняването на обществото и медиите на императивите на капитализма. Тази хронична или закономерна кризисност се проявява през няколко паралелни кризисни процеса.

Първо, естественият за капиталистическото производство стремеж към печалба в контекста на дигиталната трансформация на медийните системи води до криза на комерсиалната журналистика. Преминаването на рекламните приходи от традиционните медии към дигиталните платформи води до съкращения, несигурност на труда и ерозия на качествената разследваща журналистика. Това поражда порочен кръг, в който спадът на качеството и доверието води, до допълнителни съкращения, които носят още спад на качеството и доверието. Логиката на печалбата и алгоритмичният дизайн на социалните мрежи превръщат новините в евтина за производство сензационна продукция, ориентирана към кликове и възмущение, а не към истина и отговорност.

Второ, новата комуникационна среда се характеризира и с информационните монополи, които водещите дигитални платформи като Гугъл и Фейсбук изграждат. Това им позволява да участват в насочването и контрола върху публичния дискурс, без да подлежат на обществени или политическа санкция. Случва се това, което Мърдок нарича „нови ограждания“ – приватизация и комодификация на общите културни ресурси (Murdock, 2005). От политическо пространство за демократичен диалог публичната сфера се трансформира и фрагментира в комерсиални пространства за извличане на данни. Заедно с това, под натиска на неолибералните политики, обществените медии са принудени да доказват своята „пазарна релевантност“ и да се комерсиализират. Това допълнително

разрушава малкото останали пространства за некомерсиална комуникация и стеснява територията, достъпна за обществен дебат.

В условията на комерсиална медийна система различните социални групи имат неравен достъп до публичност. Способността да изрази своята позиция публично зависи все повече от икономическите ресурси (Murdock, 2011). Действието на пазарните механизми (които приоритизират публиката въз основа на потенциалната печалба), води до символна аниhilация на определени социални групи (като маргинализираните общности и работниците). Необходимостта от възпроизвеждане на правилния идеологически дискурс задълбочава този проблем, като ограничава присъствието на алтернативни (антикапиталистически) идеологически перспективи.

Комбинацията от дигитални медии и неолиберална идеология елиминира възможностите за политическа съпротива от антикапиталистически характер. В условията на комуникативен капитализъм актът на участие в комуникацията в дигиталните платформи – споделяне, харесване, публикуване, коментиране – се приема за смислено политическо действие. Всеки потребител с всяка своя позиция и действие участва в развитието и подхранването на мрежовата медийна среда. Това създава „идеологически капан“. Мрежите поглъщат и превръщат в стока политическите искания, критики и изяви. Циркулацията на съдържанието става цел сама по себе си, заменяйки целта за постигане на действителна политическа промяна (Jodi Dean, 2009). Усещането, че „имаш глас“, маскира под дълбока беззащитност, тъй като системата превръща политическия протест в още данни, ангажираност и печалба за корпорациите, притежаващи платформите.

Всички тези развития могат да бъдат концептуализирани в понятията *органична криза* и *криза на хегемонията* (Gramsci, 1971).

В грамшианската традиция органичната криза е функция на динамиката на капитализма. Динамиката на капитализма (в днешната му неолиберална версия) предполага и предпоставя ключовото противоречие между принципите на икономическо неравенство (свободен пазар) и политическо равенство (демокрация). В резултат на концентрацията на богатство се стига до концентрация на власт у малко малцинство, което все по-трудно успява да легитимира своята доминираща позиция. Стига се до криза на хегемонията, която се корени в отчуждението на масите от политическото представителство, преживяването на задълбочени разделения между тези „горе“ и тези „долу“ и скъсване на връзката между двете групи. Политическото, идеологическото и моралното лидерство на доминиращите класи е оспорено – апаратите на хегемонията (медии и гражданско общество) не успяват да създадат съгласие с обичайните нормални средства (Laclau and Mouffe, 1985; Делийски, 2022). От тази гледна точка популизмът се проявява като реакция на кризата на символния ред (конструкционисткия прочит), но самата криза на символния ред е продукт на вътрешните противоречия на капитализма и неспособността на доминиращите елите да предложат убедителна идеологическа защита на своите структурни позиции.

5.3. Мълчаливото мнозинство в дилемата демокрация или капитализъм

Ако използваме либерално-плюралисткия подход, за да изследваме мястото на мълчаливото мнозинство в контекста на разбирането за криза на политическите комуникации, то ние най-вероятно ще поставим акцент върху разрушенията, които използването на понятието извършват върху идеала за рационалния демократичен дебат. Ако тръгнем в конструкционистка изследователска посока, бихме продължили в някаква степен тази

логика, но по силата на дискурсивната перспектива вероятно ще стигнем до идеята за символната функция на мълчаливото малцинство като отговор на кризата на колективния смисъл. Перспективата на критическата политическа икономия ни води в различна посока.

Първо, политическото мълчание има материална основа. В медийна система, достъпът до която зависи от икономическите ресурси, гласът на социалните групи с по-нисък икономически статус (работници, етнически малцинства) почти не присъства в популярния или доминиращия политически разговор. Проблемите и темите, която произлизат от тяхната структурна позиция – деиндустриализация, прекаризация, разрушаване на механизмите за социална защита и др. са систематично маргинализирани. Това е резултат веднъж от приоритизирането на медийно съдържание с оглед на целевата демография на рекламодателите, и втори път от естествената тенденция да не се произвежда съдържание, което проблематизира капиталистическите икономически отношения и структури. В този смисъл **мълчанието** не е въпрос на избор или произволно стечение на обстоятелствата, а **структурен ефект** от режимите на собственост и комерсиалните принуди.

Второ, критическата перспектива настоява, че същинският източник на икономическите страдания на мнозинството е неолибералният капитализъм и свързаните с него политики на строги икономии (остеритет), несигурност на работно място (прекаритет) и тежки икономически неравенства. Когато десните популисти използват понятието мълчаливо мнозинство, недоволството систематично е прехвърляно към изкупителни жертви с културен произход (имигранти или малцинства) или морални фактори (корупция). Експонирането на културните разделения и конфликти, а не на икономическата експлоатация, характеризира и либералния

политически дискурс. Възпроизвеждана през медиите, тази версия на съвременния конфликт в обществото се превръща в **удобна идеологическа рамка**, която насочва политическите действия и решения по-далеч от полето на политиките на преразпределение и социална защита, като по този начин пази непокътнати структурите на икономическата власт.

Трето, понятието мълчаливо мнозинство е много съвместимо с политико-икономическата структура на днешните медии, заради емоциите които то предизвиква. Съдържание, което предизвиква гняв и омраза стои високо в метрики, които отчитат ангажираността на публиката и в този смисъл е печелившо за търговските медии и социалните платформи. Дискурс, който предизвиква подобни емоции (част, от който е популистката употреба на мълчаливото мнозинство), без да се оценява неговата стойност по отношение на истината и фактите, бива активно рекламиран по силата на икономическата логика на пазарите на внимание и ангажираност. Това е несъмнено противоречие между демократичното очакване и потенциал на комуникационните платформи и развитието, което те имат следвайки икономическата логика на капитализма.

6. Вместо заключение

Трите разгледани парадигми подхождат към кризата на политическата комуникация през различни представи за обществото, политическата власт и демокрацията. Това, което обаче ги обединява е общият стремеж към постигане на демократична комуникация. И в зависимост от това коя перспектива възприемем, ще достигнем до различно разбиране за източниците на съвременната криза и съответно до различни пътища към реализирането на демократичната комуникация.

Либерално-плюралистският път минава през усилия за ограничаване на факторите, които отдалечават комуникацията от нормативните представи на либерално-плюралисткия идеал. На политическо равнище този път вече изглежда поотъпкан и в някаква степен институционализиран през различните практики на борбата срещу политиката на постистина. Борбата с пропагандата, манипулацията и дезинформацията чрез проверка на фактите и медийно ограмотяване несъмнено заслужава и изследователска и политическа подкрепа. Но твърде ограниченият обхват на нейната ефективност идва да покаже, че вероятно източниците на съвременна криза на комуникацията са на друго място.

Ако поемем в конструкционистка посока, големият въпрос пред демократичната политическа практика е как да се възстанови символният ред, като пространство на плюралистично означаване. Това предполага онези групи, които са загрижени за здравето на демокрацията да мислят и действат така, че да насърчават дискурсивното взаимодействие, а не символната монополизация. Възпроизвеждането на манихейски схеми в името на борбата с манипулацията и дезинформацията само могат да задълбочат кризисните симптоми. В същото време възстановяването на политическата комуникация не означава връщане към някакъв изгубен консенсус от времената преди постистината. По-скоро става въпрос за изграждане на нова символна система от споделени метафори и наративи, която да отчита социалната, политическата и икономическата динамика. Конструкционистката перспектива разкрива очевидността на факта, че значенията на понятията, с които мислим политическият свят днес, в огромната си част са конструирани преди столетия. Вероятно е време да ги преосмислим така, че да позволяват конфликт без разрушение и несъгласие без отричане. Само чрез подобна реконструкция плюралистичната

демократия може да възвърне своето символно ядро – споделено говорене със зачитане на различието, вместо мълчание и крясъци.

Отклоненията от либерално-плюралисткия идеал несъмнено допринасят за кризата на политическата комуникация. Безспорно тя е свързана и с фрагментацията на символните системи, със загубата на общия смисъл и споделените значения. Критическият поглед ни позволява да видим и анализираме тези динамики през въздействието на икономическите структури и отношения на собственост. Трудно е да разберем систематичния характер на разрушението на обществените комуникации, без да отчитаме, че те са поставени в услуга на натрупването на капитал. Медийни системи, подчинени на логиката на максимизирането на печалбата, трудно могат да изпълнят изискванията на демокрацията. От тази гледна точка преодоляването на кризата на политическата комуникация е свързана с демократична трансформация на самите средства за комуникация. Това включва декомодификация на информацията, демократизация на медийната собственост и създаването на истински обществени пространства за политически дебат, които да бъдат изолирани едновременно и от държавен контрол и от принудите на пазара. На равнището на политическите решения това означава най-малкото мощно обществено финансиране за медии и регулация на монополите на дигиталните платформи. Вероятно оттук насетне ще ни се налага все повече да мислим пътищата за излизане от кризата, които отиват отвъд различните начини и форми на управление на комуникацията. Изборът е между две различни разбирания за комуникацията – като стока или демократично право. Вторият избор предполага на изследователско равнище по-голямо взаимодействие между различните подходи и засилена академична солидарност.

Библиография:

- Делийски, Страхил (2022) Политическото представителство в условията на „органичната криза“. Грамши и българския политически процес. *Политически изследвания*, (1-2). [Deliyski, Strahil (2022) Politicheskoto predstavitelstvo v usloviyata na „organichnata kriza“. Gramshi i balgarskia politicheski protses. Politicheski izsledvania, (1-2)].
- Делийски, Страхил и Георгиев, Стефан (2021) Популизмът ми е много по-добър от популизма ти. Анализ на следизборния политически дискурс на партиите и коалициите, участващи в 45-то НС. *Политически изследвания*, (1-2). [Deliyski, Strahil i Georgiev, Stefan (2021) Populizmat mi e mnogo po-dobar ot populizma ti. Analiz na sledizbornia politicheski diskurs na partiite i koalitsiite, uchastvashti v 45-to NS. Politicheski izsledvania, (1-2)].
- Лиотар, Жан-Франсоа (1993) *Постмодерната ситуация: Доклад за знанието*. София: Наука и изкуство. [Liotar, Zhan-Fransoa (1993) Postmodernata situatsia: Doklad za znaniето. Sofia: Nauka i izkustvo].
- Фуко, Мишел (1992) Археология на знанието. София: Наука и изкуство. [Fuko, Mishel (1992) Arheologia na znaniето. Sofia: Nauka i izkustvo].
- Allcott, Hunt and Gentzkow, Matthew (2017). Social media and fake news in the 2016 election, *Journal of Economic Perspectives*, 31(2).
- Baudrillard, Jean (1983) *In the Shadow of the Silent Majorities*. New York: Semiotext(e).
- Berger, Peter and Luckmann, Thomas (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Carlson, Matt (2017) *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*. New York: Columbia University Press.
- Dahl, Robert A (1961) *Who Governs? Democracy and Power in an American City*. New Haven: Yale University Press.
- Dahl, Robert A (1989) *Democracy and Its Critics*. New Haven: Yale University Press.
- Dean, Jodi (2009) *Democracy and Other Neoliberal Fantasies: Communicative Capitalism and Left Politics*. Durham: Duke University Press.
- Dewey, John (1927) *The Public and Its Problems*. New York: Henry Holt and Company.
- Fairclough, Norman (1995) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Foucault, Michel (1972) *The Archaeology of Knowledge*. New York: Pantheon Books.
- Fuchs, Christian (2014) *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage Publications.
- Fuchs, Christian (2021) *Social Media, the Internet and Capitalism*. London: Routledge.
- Gamson, William A. and Modigliani, Andre (1989) Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1).
- Gramsci, Antonio (1971) *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Edited by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell-Smith. London: Lawrence and Wishart.
- Greenberg, David (2019) *Republic of Spin: An Inside History of the American Presidency*. New York: W. W. Norton & Company.
- Habermas, Jürgen (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hall, Stuart. (1988) *The Hard Road to Renewal: Thatcherism and the Crisis of the Left*. London: Verso.
- Iyengar, Shanto and Westwood, Sean J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3).
- Kazin, Michael (1995) *The Populist Persuasion: An American History*. New York: Basic Books.
- Laclau, Ernesto (2005) *On Populist Reason*. London: Verso.
- Laclau, Ernesto and Mouffe, Chantal (1985) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lakoff, George (2004) *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.

- Lakoff, George (2016) *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. 3rd edn. Chicago: University of Chicago Press.
- Levitsky, Steven and Ziblatt, Daniel (2018) *How Democracies Die*. New York: Crown.
- Lippmann, Walter (1922) *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- McQuail, Denis (2010) *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th edn. London: Sage Publications.
- Moffitt, Benjamin (2020) *Populism*. Cambridge: Polity Press.
- Mouffe, Chantal (2018) *For a Left Populism*. London: Verso.
- Mudde, Cas and Kaltwasser, Cristóbal R (2017) *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Murdock, Graham (2000) Communications and the constitution of modernity. In: Curran, James and Gurevitch, Michael (eds.) *Mass Media and Society*. 3rd edn. London: Arnold.
- Murdock, Graham (2011) Political economies as moral economies: Commodities, gifts, and public goods. In: Wasko, Janet, Murdock, Graham and Sousa, Helena (eds.) *The Handbook of Political Economy of Communications*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Murdock, Graham and Golding, Peter (2005) Culture, communications and political economy. In: Curran, James and Gurevitch, Michael (eds.) *Mass Media and Society*. 4th edn. London: Hodder Arnold.
- Newman, Nic, Fletcher, Richard, Eddy, K., Robertson, Craig and Nielsen, Rasmus Kleis (2024) *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Oxford: University of Oxford.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1974) The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2).
- Norris, Pippa (2011) *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Papacharissi, Zizi (2014) *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. New York: Oxford University Press.
- Pariser, Eli (2011) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Rawls, John (1993) *Political Liberalism*. New York: Columbia University Press.
- Sunstein, Cass R (2018) *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Van Aelst, Peter and et al. (2017) Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1).
- Van Dijk, Teun A. (2008) *Discourse and Power*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Waisbord, Silvio (2018) *The Communication Manifesto*. Cambridge: Polity Press.
- Williams, Raymond (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.
- Williams, Raymond (1980) *Problems in Materialism and Culture: Selected Essays*. London: Verso.

Страхил Делийски е гл. асистент, д-р по политология, преподавател по политически комуникации в катедра „Политология“ на СУ „Св. Климент Охридски“. Основните му изследователски интереси са свързани с конструкционистки и критически перспективи към политическия дискурс. **Strahil Deliyski**, PhD, is Chief Assist. Prof. at the Department of Political Science of the Sofia University “St. Kliment Ohridski”. His main research interests are in constructionist and critical perspectives on political discourse.

**„ПРЕКРАСНИЯТ НОВ СВЯТ“: МЕДИИ БЕЗ ЖУРНАЛИСТИКА
ЗА ПУБЛИКИ ОТ ФЕНОВЕ**

РАЛИЦА КОВАЧЕВА

**“THE BRAVE NEW WORLD”: MEDIA WITHOUT JOURNALISM
FOR FAN AUDIENCES**

RALITSA KOVACHEVA

e-mail: rckovachev@uni-sofia.bg

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8837-9403>

DOI <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.42-70>

Резюме: Най-новите проучвания на аудиторията в САЩ показват, че е в ход значителна промяна в начина, по който аудиторията възприема новините и журналистите. Доскоро маргинални играчи и ехо-стаи, консервативните медии и инфлуенсъри придобиват популярност и влияние извън традиционната си аудитория. Направеният преглед дава основания да се разсъждава, че консервативните медии третираат аудиторията си като фенска общност, която очаква не да се информира, а да се обедини около общи интерпретации и споделена идентичност. В този смисъл консервативните медии имат за цел не да информират, а да предоставят общите интерпретации и да подкрепят споделената идентичност. След връщането на Доналд Тръмп в Белия дом, консервативните медии са легитимирани и превърнати в официози. Този нов статут им дава възможност да определят не само медийния дневен ред, но и правилата на журналистиката. Какви са конкретните проявления на промяната и потенциалните ѝ широкообхватни последици – с тези въпроси се занимава настоящият текст. Въпреки че текстът се отнася конкретно до САЩ, белазите на описваните промени се забелязват в глобален мащаб, под въздействие на сходни политическите процеси и на социалните медии като преобладаващ източник на новини.

Ключови думи: консервативна медийна екосистема, журналистика, новинарски инфлуенсъри, МАГА, Доналд Тръмп

Abstract: The latest audience research in the US shows a significant shift in how audiences perceive news and journalists. Until recently, marginal players and echo chambers, conservative media and influencers have been gaining popularity and influence beyond their traditional audiences. The article provides grounds for considering that conservative media treat their audience as a fan community that expects not to be informed, but to unite around common interpretations and a shared identity. In this sense, conservative media aim not to inform but to provide the common interpretations and support the shared identity. After Donald Trump returned to the White House, conservative media were legitimised and officialised to the point of becoming a PR instrument of the administration. This new status allows the conservative media to change not only the media agenda, but also the rules of journalism. What are the specific manifestations of the change and its potential far-reaching consequences

are the questions this text addresses. Although the text refers specifically to the United States, the signs of the changes described are evident on a global scale, driven by similar political processes and by social media as a predominant source of news.

Keywords: conservative media ecosystem, journalism, news influencers, MAGA, Donald Trump

Настоящият текст поставя във фокуса на изследователското внимание промените в медийната система в САЩ и по-конкретно, възходът на консервативните медии и привилегированият им достъп до президентската администрация. Обсъжда се потенциалът на консервативните медии в САЩ да наложат собствените си практики като стандарт, отхвърлящ традиционните разбирания за достоверност и безпристрастност на медиите. В същото време, текстът поставя въпроса доколко тези процеси са идеологически обусловени или са по-скоро резултат от прагматичен подход за привличане на по-голяма аудитория. В търсене на отговорите е използвана комбинация от изследователски методи от различни научни полета. Представен е анализ на социологически и медийни изследвания, резултатите от който демонстрират промяната в нагласите на американската аудитория, свързани с медийното потребление, включително разбиранията ѝ за журналистиката и журналистите. Направен е исторически преглед на развитието на т.нар. консервативна медийна сфера в САЩ, който доказва, че съвременните процеси са резултат от добре планирана и последователно провеждана стратегия, която се прилага и от сегашната американска администрация. Тезата, че консервативните медии се „официализират“ чрез конкретни политики е подкрепена с анализ на действията на администрацията по отношение на медиите и публикациите в страницата за медийно отразяване на Белия дом. Практиките на консервативните медии са илюстрирани чрез работата на кореспондента на „Риъл Америкас Войс“ Брайън Глен. В резултат са формулирани ключови разлики в принципите на работа на консервативните и утвърдените медии и са направени изводи за причините и последиците от тези различия.

„Новинарските инфлуенсъри“

През 2025 г. за първи път в историята социалните медии изпревариха телевизията като източник на новини в САЩ. 54% от американската публика научава новините от социалните медии и платформи за споделяне на видео съдържание (телевизионните новини са посочени като източник от 50%, а новинарски сайтове и приложения от 48% от запитаните). Макар всички възрастови групи да дават по-голям приоритет на социалните медии в сравнение с предишни години, промяната е най-осезаема при младите хора. Над половината от хората под 35 години в Съединените щати – 54% от 18 до 24-годишните (13 процентни пункта повече от миналата година) и 50% от 25 до 34-годишните (6 процентни пункта повече от миналата година) посочват социалните медии и видео мрежите като основен източник на информация (Newman, N. et al., 2025).

Още по-важен е въпросът какво новинарско съдържание намират хората в социалните медии. Това са най-вече „создатели на съдържание“ с актуален характер или т.нар. „новинарски инфлуенсъри“ – личности (не медии), които редовно публикуват съдържание за актуални събития и обществени въпроси и имат поне 100 000 последователи във Фейсбук, Инстаграм, Екс или Ютюб (Stocking et al., 2024).

Проучване на изследователския център „Пю“ от ноември 2024 г. (малко след изборите за президент на САЩ) показва, че един на всеки пет американци казва, че редовно се информира от инфлуенсъри в социалните медии. При хората под 30 г. този показател е много по-висок – 37%. Съотношението либерални – консервативни инфлуенсъри варира в различните платформи. В ТикТок, например, е сравнително изравнено, с лек превес на либералните инфлуенсъри, но във Фейсбук консервативните инфлуенсъри са 3 пъти повече (39%) в сравнение с либералните (13%). В Екс и Ютюб съотношението е 28% към 21% в полза на

консервативните инфлуенсъри, а в Инстаграм – 30% към 25%. Същото изследване показва, че мнозинството от новинарските инфлуенсъри са мъже (63%) и повечето от тях (77%) нямат връзка с или произход от новинарска организация (Stocking et al., 2024).

В тазгодишния „Доклад за цифровите новини“ на Института за изследване на журналистиката „Ройтерс“ анкетираните американци най-често споменават като създатели на съдържание Джо Роган, Тъкър Карлсън, Мегън Кели, Кандис Оуенс, Бен Шапиро, Брайън Тейлър Коен и Дейвид Пакман (Newman, N. et al., 2025). От всички изброени, само последните двама са представители на политическото „ляво“, така, както е разбирано в САЩ. Джо Роган безспорно е топ звездата на консервативния инфлуенсърски небосклон с близо 15 милиона последователи в Спотифай, 19 милиона в Инстаграм, 13 милиона в Екс и над 16 милиона абонати в Ютюб по данни от март 2024 г. (Carman, 2024). Огромната му аудитория е предимно мъжка, на възраст между 18 и 34 години. Въпреки че никой от останалите не може да се мери с влиянието на Роган, нови имена набират бърза популярност. През август 2025 г. „Шоуто на Тъкър Карлсън“ на бившия водещ във „Фокс Нюз“ Тъкър Карлсън е в топ 10 на Спотифай (The Podcast Charts, 2025) и в топ 15 на Ютюб (YouTube Charts, 2025), като в горещи политически моменти е сред най-популярните предавания. Кандис Оуен има над 4,5 милиона абонати в Ютюб и над 5,5 милиона последователи в Инстаграм. Най-голяма слава ѝ донесе кампанията срещу съпругата на френския президент Емануел Макрон. Заради твърденията на Оуен, че Бриджит Макрон е мъж, семейство Макрон заведе дело за клевета срещу нея. Мегън Кели е „най-бързо растящият десен подкастър“ за последното тримесечие на 2024 г. (Axelrod, Fischer, 2025), а през март 2025 обяви стартирането на собствена подкаст мрежа „МК медия“ (MK Media, 2025).

Тези проучвания показват, че е в ход значителна промяна. Доскоро маргинални играчи и ехо-стаи, консервативните медии и

инфлуенсъри придобиват популярност и влияние извън традиционната си аудитория. Администрацията на президента Доналд Тръмп осигури на консервативните медии място в прес корпуса в Белия дом и привилегирован достъп до президента. Този нов статут им дава възможност да променят не само медийния дневен ред, но също принципите и правилата на журналистиката.

Консервативната медийна система в САЩ

Според историка Никол Хемър развитието на консервативната медийна система започва в средата на 50-те години на XX в., когато списанията „Хюман ивентс“ (“Human Events”) и „Нашънъл Ривю“ (“National Review”), радиопредаването „Маниън форум“ (“The Manion Forum”) и издателство „Регнъри Публишинг“ (“Regnery Publishing”) се утвърждават като „първото поколение лидери на нарастващо консервативно съзнание в Съединените щати“. Като основна причина за съществуването си те определят нуждата от алтернатива на „либералните медийни пристрастия“ (DiBranco, 2020, с. 123). Позиционирането като алтернатива е от ключова важност за разбирането на медийния наратив на консервативните медии. Те не искат да премахнат или да променят начина, по който работят мейнстрийм медиите, наричани от тях „либерални“ – те имат нужда от враг, спрямо когото да се позиционират. Като насърчават консерваторите да мислят за себе си като за аутсайдери, атакувани от либерални медии и потискани от либералния естаблишмънт, консервативните издания и политици култивират манталитет „ние срещу тях“, който позиционира консерваторите като вечни аутсайдери. Както твърди Марк Мейджър, консерваторите, въпреки че често твърдят обратното, не са маргинализирана група, но успешно превръщат тази идея в основна част от консервативната идентичност (Lane, 2020, с. 170). Според Мейджър вместо да се говори за консервативна медийна сфера трябва да се използва понятието „контрасфера“, тъй като

става дума за дискурсивно пространство, което е реакционно спрямо политическия ред на привилегирована група. Освен това, за разлика от термина „контрапубличност“, „контрасфера“ набляга на изградената медийна инфраструктура, която свързва привържениците на консерватизма и поради това „консервативна контрасфера“ е подходящото описание за десните медии (Major, 2020, с. 216).

Създаденото през 1955 г. списание „Нашънъл Ривю“ има съществен принос за позиционирането на консерваторите като аутсайдери и отклоняването им от масовите медии към „Нашънъл Ривю“ и подобни издания, като проправя пътя за развитието на консервативната медиасфера (Lane, 2020, с. 170). Списанието обявява либерализма за „врагът на всички консерватори“, твърди, че медиите работят организирано за налагане на „либералния дневен ред“ и принадлежат към „самодоволен, елитен либерален естаблишмънт“ (Lane, 2020, с. 161). На неговите страници се изковават емблематични клишета, използвани и днес: мейнстрийм медиите служат като пропагандисти на либералната властова структура; медиите не действат като независими и обективни наблюдатели, както твърдят, а като пропагандно оръжие на „либералната машина“ и на „либералния естаблишмънт“, който контролира задкулисно политическите структури. Списанието насърчава публиката да поставя под съмнение точността на новините и скритата зад привидната обективност пристрастност (Lane, 2020, с. 170). Наративът за „измамните медии“ позволява на „Нашънъл Ривю“ да се позиционира като алтернатива. По подобен начин четири десетилетия по-късно „Фокс Нюз“ противопоставя своето „справедливо и балансирано“ съдържание на предполагаемо несправедливото и небалансирано отразяване в останалите медии. (Lane, 2020, с. 171).

През 60-те години именно хората около „Нашънъл Ривю“ и „Хюман Ивентс“ основават Американския консервативен съюз,

една от най-старите и най-големите консервативни организации в Съединените щати. Основателят на „Нашънъл Ривю“ Уилям Бъкли стартира телевизионното си предаване „Огнева линия“ („The Firing Line“) през 1966 г., което му позволява да достигне до масова аудитория. (DiBranco, 2020, с. 125). През 1971 г. предаването се премества в Пи Би Ес (Public Broadcasting Service, PBS), където е финансирано от консервативни фондации и се излъчва до 1999 г. (DiBranco, 2020, с. 126).

През 70-те години на XX в. т.нар. „Нова десница“ се отличава от предишното поколение както с нови идеи, така и с нов подход. „Новата десница“ поставя във фокуса на вниманието морални проблеми като абортите и хомосексуалността, като същевременно възприема нови технологии и прагматичен подход за популяризирането на идеите си. Традиционните медии стават само един компонент от по-голяма инфраструктура, която използва алтернативни начини на комуникация (например, писма по пощата) за разпространение на консервативни новини и набиране на средства. Според Ричард Виджъри, „консервативното движение е там, където е днес, благодарение на директната поща“, която дава на консерваторите начин да заобиколят „пазачите на входа“ на либералните масмедии“ (DiBranco, 2020, с. 131). Писмата се оказват отличен канал за директна и лична комуникация с хората, но „под радара“ на публичната комуникация чрез тях дясната реторика е тласната в по-крайна посока, в сравнение с „уважавания консерватизъм“ на „Нашънъл Ривю“ (DiBranco, 2020, с. 133).. Например, писмо от Националния консервативен комитет за политически действия (NCPAC), подписано от сенатор Джеси Хелмс, гласи: „Вашите данъци се използват за часове в началното училище, които учат децата ни, че КАНИБАЛИЗМЪТ, РАЗМЯНАТА НА СЪПРУГИ и УБИЙСТВОТО на бебета и възрастни хора са приемливо поведение“ (запазен е правописът от източника – б.а.). В писма на десни християнски организации от 90-те години на миналия век

се използват фрази като „войнствени хомосексуалисти“, а либералите са представени като покварени и безчестни участници в „кражба на бебета“ или опити за „разрушаване на брака“ (DiBranco, 2020, с. 133).

Според новите консерватори политическото влияние на големи аналитични центрове и фондации е по-опасно, отколкото „либералните медийни пристрастия“, затова консервативното движение се съсредоточава повече върху създаването на консервативни мозъчни тръстове, отколкото на медии. Увеличават се инвестициите от консервативни филантропи и фондации, сред които изпъква „Фондация Херитидж“ („The Heritage Foundation“), добила особено голямо влияние при управлението на Роналд Рейгън през 80-те години на XX в. През 1969 г. е създадена организацията за медиен мониторинг „Точността в медиите“ („Accuracy in Media“), която да изобличава либералните медийни пристрастия. Списанията, радиото и телевизията остават част от консервативната мрежа, към която се добавят и университетски издания като „Ди Алтърнатив“ („The Alternative“) на Университета на Индиана през 60-те години, по-късно преименувано на „Американ Спектейтър“ („The American Spectator“) и „Дартмут Ривю“ („The Dartmouth Review“) през 80-те години на XX в. (DiBranco, 2020, с. 126).

Американските изследователи подчертават значението, което консервативните медии и организации отдават на публичната комуникация. Тя се осъществява в „десни алтернативни информационни мрежи“, където новите идеи се тестват на срещи и конференции и се разпространяват в бюлетини с малък тираж и списания (DiBranco, 2020, с. 130). После идеите се популяризират чрез големите десни медии, с цел да навлязат в дискурса на масовите медии. Показателен е фактът, че в края на 70-те години „Фондация Херитидж“ инвестира между 35 и 40% от бюджета си за връзки с обществеността (DiBranco, 2020, с. 131).

Първият опит за създаване на консервативна телевизия ТВН (Television News Inc., TVN) е провал, тъй като оцелява само две години (1973 – 1975 г.) и струва 8 милиона долара. Директор на новините в телевизията става Роджър Ейлс – тогава медиен консултант на президента Ричард Никсън, а впоследствие – изпълнителен директор на „Фокс Нюз“. ТВН споделя забележителни прилики с бъдещата „Фокс Нюз“, отбелязва Алекс ДиБранко, като например мисията да противодейства на възприемания ляво-либерален уклон на новините и лозунга за „справедливо и балансирано“ отразяване (DiBranco, 2020, с. 131).

Консервативните фондации и филантропи финансират издаването на редица списания в различни области: „Пъблик Интрест“ („Public Interest“) за вътрешна политика, „Нашънъл Интрест“ („National Interest“) за външна политика, „Ню Крайтериън“ („New Criterion“) за критичен културен преглед, „Крайзис“ („Crisis“) за католически неоконсерватори, „Крисчианити Тудей“ („Christianity Today“), издавано от консервативни евангелисти и либертарианското списание „Ризън“ („Reason“).

Мащабът на усилието в създаване и налагане на консервативни медии, които да оказват влияние върху общественото мнение, се илюстрира отлично от следващия пример. Между 1990 и 1992 г. „Америкън Спектейтър“, „Пъблик Интрест“, „Нашънъл Интрест“ и „Ню Крайтериън“ са получили над 2,7 милиона долара от консервативни фондации, докато водещите прогресивни издания в този период са получили от съответните либерални фондации повече от десет пъти по-малко – малко над четвърт милион долара. В същото време, консервативни фондации са разполагали с активи на приблизителна стойност 700 милиона долара, а четирите сравними либерални фондации – с над 3 милиарда долара (DiBranco, 2020, с. 136).

Консервативните донори осигуряват финансова подкрепа на консервативната радио мрежа „Радио Америка“, както и на телевизионни програми и документални филми на Пи Би ЕС по политически и икономически въпроси. Подпомагат обучението на следващото поколение консервативни журналисти и коментатори в университетските кампуси. Именно като университетски издания възникват две от най-успешните консервативни списания „Америкън Спектейтър“ и „Дартмут Ривю“. И двете се отличават с крайно и обидно женомразко, расистко и антигей съдържание (DiBranco, 2020, с. 133). В същото време действат като кариерен трамплин в консервативното движение. Авторите на „Америкън Спектейтър“ по-късно пишат речи за вицепрезидента Спиро Агню, президента Ричард Никсън и президента Джералд Форд, докато следващото поколение възпитаници на „Дартмут Ривю“ получават позиции в Белия дом по времето на Роналд Рейгън, във „Фондация Херитидж“ и „Уол Стрийт Джърнъл“ (DiBranco, 2020, с. 131). Например, редакторът на „Дартмут Ривю“ Лора Инграм впоследствие пише речи за администрацията на Роналд Рейгън, в началото на 21 в. води много популярно консервативно радио ток шоу, през 2008 г. се установява във „Фокс Нюз“, а днес е сред най-отявлените последователи на Доналд Тръмп.

През 90-те години на миналия век, когато консерваторите отново се оказват в опозиция, те се завръщат към традиционните антимедийни и антиестаблишмънт наративи. Лицето или поточно гласът на тази нова консервативна вълна е радио водещият Ръш Лимбо, а през 1996 г. се появява и големият играч, който излиза на терена на мейнстрийм медиите – „Фокс Нюз“. По този начин, до края на 90-те години е изградена „огромна инфраструктура от мозъчни тръстове, списания и масови медии“, които „обслужват различни среди – от либертарианците до евангелската десница“ (Biebricher, 2023, с. 248).

Както отбелязва Ричард Мийгър, отделните консервативни медии имат многобройни връзки помежду си, както и с мозъчни

тръстове, организации за застъпничество, академични и изследователски центрове, и фондации, които развиват и популяризират ключовите идеи и политики на десницата. Според Мийгър десните мрежи са ефективни по няколко причини. Първо, те са добре интегрирани чрез години на политическа организация на елитно ниво. Например стипендианти на „Фондация Херитидж“ се появяват по „Фокс Нюз“. Второ, макар и да не са централно контролирани, мрежите са склонни да се фокусират върху няколко ключови консервативни идеи, често в хлабава координация с републиканските лидери. И накрая, тези мрежи дават възможност на икономическите елити да използват енергията на активизма от долу нагоре – първоначално чрез организации на християнската десница, после чрез движения като „Чаеното парти“ (Meagher, 2012, с. 470). Подобен механизъм наблюдаваме и във възхода на МАГА движението след 2016 г.

Данни от по-нови изследвания доказват, че консервативната медийна система има ясна архитектура и добре изразена вътрешна кохерентност до степен на ехо стая. Както създателите на медийно съдържание, така и потребителите в социалните медии четат, споделят и цитират само дясно ориентирани медии, като колкото по-дясно е изданието, толкова повече внимание привлича. Към 2016 г. американската медийна система вече е ясно разделена между „десни“ или „консервативни“ медии, чиито стожери са „Фокс Нюз“ и „Брайтбарт“ („Breitbart“), и всички останали (Benkler et al., 2018a). Групата на „всички останали“ включва разнообразен микс от издания, позиционирани в целия политически спектър от центъра до крайно ляво. Тази група е доминирана от медийни организации, които не се отличават с обща идеология, а със спазване на професионалните журналистически норми. Придържането повече към фактите и честността, отколкото към идеологическата лоялност или кликбейт модела, е водещата причина тези медии не просто да се въздържат от разпространяване на невярна информация, а да се

проверяват взаимно, вместо само да се усилят взаимно (Benkler et al., 2018b).

Загубата на изборите от Доналд Тръмп през 2020 г. води до бум в разрастването на консервативната медийна екосистема. Инфраструктурата ѝ е осъвременена и допълнена с мобилни приложения, телефони, крипто валути, онлайн медии, подкасти и стрийминг платформи. Инсталирането на мобилните приложения отбелязва пик през ноември 2020 г. и януари 2020 г. – първият съвпада с изборите за президент, загубени от Доналд Тръмп, а вторият – с нападението над Капитолия от недоволни привърженици на Тръмп, убедени от него, че изборите са „откраднати“. В резултат на тези събития профилите на Тръмп във Фейсбук и Туитър са блокирани, а бившият президент създава собствена социална мрежа „Трут Сошъл“ (“Truth Social”). Към това трябва да добавим покупката на Туитър (сега X) от Илон Мъск, инвестицията на Питър Тийл и Джей Ди Ванс (сега вицепрезидент) в „Ръмбъл“ („Rumble“) – „консервативната“ алтернатива на Ютюб. Всичко това не е стихияен процес, а резултат от добре планирана и организирана стратегия. „Консервативните медии са мощен инструмент от дълго време, но тази фаза на тяхното разширяване не е просто свързана с повече или по-силни консервативни гласове – става въпрос за изграждане на цяла консервативна екосистема“ (Fischer, Primack, 2021).

Възходът на МАГА-медиите

Идеологическата канава на тази консервативна медийна екосистема е МАГА движението (MAGA, „Make America Great Again“, в превод „Да направим Америка отново велика“). Възникнало през 2016 г. в отговор на едноименния предизборен лозунг на Доналд Тръмп, първоначално движението няма съществено влияние в Републиканската партия, но днес вече е значим фактор. Проектът „Вандербилт за единство и американска демокрация“ на университета „Вандербилт“ провежда тримесечно национално проучване от юни 2023 г. насам, в което

пита републиканците дали се смятат за поддръжници на МАГА движението. В първото проучване 37% от анкетираните се идентифицират повече с МАГА движението, отколкото с традиционната Републиканска партия. През февруари 2025 г. делът на хората, идентифициращи се с МАГА в рамките на Републиканската партия, е нараснал до 52%. „Този скок подчертава нарастващото влияние на Тръмп върху Републиканската партия“ (Vanderbilt University, 2025).

Реакционни движения, подобни на МАГА, не са новост в американския политически живот и подобно на Чаеното парти, МАГА също води до изместване на републиканската партия все по-вдясно (Parker, Blum, 2025). Идентичността, а не икономиката е водещият мотив и при двете движения. Още в края на 90-те години на XX в. американският консерватизъм възприема популистката „политика на културата“ (по аналогия с „политиката на идентичността“ вляво), която акцентира върху културните и ценностни различия, расовата принадлежност и социалния консерватизъм. Тази „културализация на политическия конфликт“ в комбинация с набиращата сила популизъм води до нарастваща радикализация на Републиканската партия, особено силна по време на първия мандат на Доналд Тръмп (Biebricher, 2023, с. 247). Своеобразен израз на тази радикализация е нарастващата склонност на републиканските представители в Конгреса да публикуват в социалните мрежи линкове към по-крайни консервативни медии (Heseltine, 2023).

Тъй като е силно фокусирано върху личността на Доналд Тръмп, МАГА движението често е наричано и „тръмпизъм“. В книгата си „Война“ Боб Удуърд цитира как републиканският сенатор Линдзи Греъм убеждава Тръмп да се кандидатира за втори мандат, за да „превърне тръмпизма в по-устойчиво движение“ (Удуърд, 2025, с. 158). Идеологията на движението представлява смесица от традиционен консерватизъм, десен

(авторитарен) популизъм (Norris and Inglehart, 2019) и култ към личността на Тръмп. Културната война е централна тема в риториката на Тръмп, а „традиционните медии“ са обявени за „фалшиви“ и „враг на народа“. Провинението им – че са „лоши“ или „несправедливи“ към самия Тръмп, който често се оплаква публично от това. В реч пред Министерството на правосъдието Тръмп нарече CNN и MSNBC „корумпирани“ и „незаконни“, защото „буквално пишат 97,6% лошо за мен и са политически оръжия на Демократическата партия“ (Gangitano, 2025). Завръщането на Тръмп в Белия дом през 2024 г. не просто отваря възможност за легитимиране на вече напълно развитата „МАГА медийна еко система“, за сметка на т.нар. традиционни или мейнстрийм медии. Вече не става дума за алтернатива, а за реванш, за пълномащабно отмъщение, включително чрез институционален натиск и дела „шамари“ (Сотирова, 2025).

В своя „телевизионен кабинет“ (Allsop, 2024) Тръмп назначава популярни лица от ефира на „Фокс Нюз“. Тулси Габард (директор на националното разузнаване), Том Хоман (т.нар. „граничен цар“) и Майкъл Уолц (съветник по националната сигурност) са сред постоянните коментатори в ефира на медията. Пийт Хегсет (сега министър на отбраната) е водещ на „Фокс и приятели“ от 2017 до 2024 г. Майк Хъкаби (посланик в Израел) води собствено предаване по „Фокс Нюз“ от 2008 до 2015 г. В службата за комуникации и връзки с обществеността са назначени хора от кампанията на Тръмп, мозъчни тръстове като „Фондация Херитидж“ и „Фондация Америка на първо място“ (The White House, 2025a), консервативни медии и платформи. Например, Алекс Пфайфър, който е бивш продуцент на предаването „Тъкър Карлсън тази вечер“ („Tucker Carlson Tonight“) на „Фокс Нюз“, Дилън Джонсън от консервативното издание „Само новините“ („Just The News“), Иън Кели и Сони Джой Нелсън от консервативната платформа за социални медии GETTR, като Нелсън е работил и като продуцент в платформата „Риъл

Америкас Войс“ („Real America's Voice“, RAV, в превод „Истинският глас на Америка“).

Промяната се вижда ясно и може да се измери количествено в рубриката за медийно отразяване на президента на сайта на Белия дом. Авторитетните издания „Ню Йорк Таймс“ и „Вашингтон пост“ са споменати съответно 18 и 25 пъти, а консервативните им аналози „Ню Йорк Пост“ и „Вашингтон таймс“ съответно 28 и 72 пъти. „Уол Стрийт Джърнъл“ е цитиран 20 пъти, „Фокс Бизнес“ 29 пъти, а „Фокс Нюз“ 47 пъти. Конспиративният сайт на Стив Банън „Брайтбарт“ също попада в медийния обзор на Белия дом – 11 пъти. По-важното от числата обаче е, че публикациите не са неутрални в прегледа си как различни медии са отразили действията на администрацията. В прессъобщенията се съдържат изрази като „лъжливите загубенци от Си Ен Ен“ („The Fake News losers at CNN“) (The White House, 2025c) и заглавия като „Прессекретарят Каролайн Ливит остро критикува фалшивата медия „Вашингтон пост“ (The White House, 2025b).

Безпрецедентно, Белият дом поема контрола върху избора на медиите, които имат достъп до президента – задача, която досега винаги е изпълнявана от независимата „Асоциация на кореспондентите в Белия дом“ (АКБД). Тъй като акредитираните медии в Белия дом са много и не е възможно всички да присъстват едновременно на определени места и събития с ограничен достъп, присъствието им се определя на ротационен принцип от АКБД. Основното правило е да има по един представител на основните типове медии – радио, телевизия, преса, информационна агенция. Но през февруари 2025 г. администрацията на Тръмп обявява, че отнема „монопола“ на асоциацията върху тези решения. „Прес екипът на Белия дом в тази администрация ще определя кой ще се радва на привилегирован и ограничен достъп до места като „Еър форс едно“ и Овалния кабинет“, казва прессекретарят на президента Карълайн Ливит. Достъпът до президента се определя

на ежедневна база и според конкретните събития. Но вече е очевидно, че са оцетени утвърдените медии, особено агенции като „Асошиейтед прес“ (АП), „Ройтерс“ и „Блумбърг“, които традиционно имат място в медийния пул, тъй като са основен източник на информация за останалите медии, както тези в прес корпуса, така и всички, които нямат директен достъп до Белия дом. По думите на Ливит, така „Белият дом ще върне властта на американския народ“. „Този ход не връща властта на народа - той дава властта на Белия дом“, коментира в Екс репортерката на „Фокс Нюз“ Джаки Хайнрих, член на борда на АКБД (Debusmann Jr, 2025).

Официалният аргумент на президентската администрация е, че иска да включи повече „нови медии“. Според неправителствената организация „Пен Америка“, целта е „да се освободи място за журналисти, които открито подкрепят дневния ред на администрацията“. При това, не става дума просто за това кой присъства в стаята, а за това „какъв вид информация достига до широката общественост, както и как е представена“ (Richardson, Vilk, 2025). Новопоявилите се издания са без изключение десни и консервативни (по собственото им определение) и с положително отношение към Доналд Тръмп: „Уошингтън рипортер“ („The Washington Reporter“), „Дейли Уайър“ („The Daily Wire“) на Бен Шапиро, „ЛиндълТВ“ („LindellTV“) на Майк Линдъл, „Брайтбарт“ на Стив Банън, един от идеолозите на Тръмп и МАГА движението, както и „Риъл Америкас Войс“, платформата собственик на подкаста на Банън „Военна стая“ („War Room“).

Любимият репортер на Тръмп

„Риъл Америкас Войс“ (РАВ) се самоопределя като „мрежа за новини и забавление“. Разпространява се по интернет, кабел и сателит. Видео съдържанието в платформата формално е разделено на „новини“ и „мнения“, но реално разлика между двете няма. Сред най-популярните ѝ програми са „Военна стая“ на Стив

Банън и „Шоуто на Чарли Кърк“, които от 2024 г. се излъчват също по „Трут сошъл“ и сестринската ѝ стрийминг платформа „Трут+“. И двете са притежание на „Тръмп медиа енд технолоджи груп“ (Trump Media & Technology Group, TMTG), чийто най-голям акционер е Доналд Тръмп. Така РАВ се оказва в ситуация, в която едновременно отразява президента Тръмп и е доставчик на съдържание за компанията на бизнесмена Тръмп (Confino, 2025). Фактът, че самият Тръмп продължава да контролира компанията, независимо че е избран за президент, сам по себе си поражда етични въпроси.

Първоначално компанията собственик на РАВ „Пърформанс уан медиа“ („Performance One Media“) създава и развива телевизията като метеорологичен канал – „Уедър Нейшън“ („WeatherNation“). През 2016 г. обаче собствениците виждат в нарасналата популярност на десницата бизнес възможност за новинарска медия. Те разтръбват активно, че са консерватори и че компанията е консервативна, разказва Паоло Конфино в разследване за „Форчън“, основано на интервюта с шест бивши служители на РАВ, включително телевизионни водещи, продуценти, оператори и представители на компанията-майка. Собственикът на компанията Робърт Сиг няма лични връзки с консерваторите, напротив, в миналото е спонсорира кампанията на демократите и дори през 2016 г. дарява средства за кампанията на Хилъри Клинтън. Самият Стив Банън, който от 2019 г. излъчва видео подкаста си „Военна стая“ именно по РАВ, се съмнява в лоялността на Сиг и компанията му към МАГА движението. „Дори не съм сигурен, че са консерватори“, казва Банън пред „Вашингтон пост“ през 2022 г. (Confino, 2025). Но към днешна дата близостта между Тръмп и РАВ се основава и на връзки зад камерите, в реалния свят, между ключови съюзници на Тръмп и служители на РАВ. Например Брайън Глен, кореспондентът на РАВ от Белия дом, се среща с представителката в Конгреса от Джорджия Марджъри Тейлър Грийн, една от най-лоялните

съюзнички на Тръмп в Камарата на представителите. Глен споделя, че двамата „живеят, дишат и спят“ с лозунга „Америка на първо място“: „Всеки ден се фокусираме върху това какво може да направи тя от законодателна гледна точка и върху посланията, които аз мога да отправя с нашето издание. И знаете ли, ние сме 100 процента зад президента Тръмп и програмата „Америка на първо място“ (Wren, 2024).

До изборите през 2024 г. Брайън Глен работи за платформата „Дясна телевизионна мрежа“ (“Right Side Broadcasting Network“, RSBN), която независимо от името си се излъчва онлайн и е сред водещите МАГА медии с 1,64 милиона абонати в „Ютюб“ и още половин милион в „Ръмбъл“. Мрежата подкрепя Тръмп още от 2016 г. и замени масовите медии в нуждите на средностатистическия поддръжник на Тръмп, пише „Политико“. Глен отразява буквално денонощно предизборната кампания на Доналд Тръмп и „бързо се превръща в един от любимите репортери на Тръмп, вероятно натрупвайки повече индивидуални интервюта с Тръмп през последната година от всеки друг журналист“ (Wren, 2024). След изборите Глен става „главен кореспондент в Белия дом“ на РАВ и е неотменно до президента, а Тръмп не пести похвалите си: „Харесвам този човек! Това се казва въпрос! Той е страхотен репортер, всъщност“ (America’s Voice News, 2025c). Глен редовно получава възможност да задава въпроси на президента. Въпросите му често са откровено хвалебствени, винаги удобни, а понякога изглеждат дори режисирани, за да се „подготви сцената“, по думите на собствената му медия. Глен става световно известен с въпроса към украинския президент Володимир Зеленски „Защо не носите костюм?“ по време на злополучната среща във Вашингтон през февруари 2025 г. Въпросът на Глен дава тон на последвалото публично унижение на Зеленски, обвинен от президента и вицепрезидента в неблагодарност. По време на втората среща на Тръмп със Зеленски в Белия дом през август 2025 г., Глен отново влиза в

директен диалог с украинския президент, този път за да го похвали, че се е поправил и е облякъл костюм. А после, най-неочаквано, предвид темата на срещата, задава въпрос на Тръмп, свързан с намерението му да отмени гласуването по пощата. Тръмп отбелязва, че това е малко извън темата, но благодари за въпроса и пространно отговаря (America's Voice News, 2025d).

По време на друго събитие в Овалния кабинет Глен взима думата, но вместо да зададе въпрос, възхитено разказва как прессекретарят Карълайн Ливит е предизвикала „земотресение“ в залата за пресконференции по-рано същия ден като е съобщила, че АКБД няма да има контрол да разпределя местата за медиите в залата и в президентския самолет. Въпрос няма, но президентът се възползва от възможността да обясни колко не харесва „Асошиейтед прес“ (АП), които отказват да наричат Мексиканския залив „Американски залив“: „АП са ужасни. Мисля, че са радикално леви. Мисля, че са треторазрядни репортери. Знам, че конкретната млада дама, която работи по тази тема, е ужасна. Според мен тя е радикално лява лунатичка. Тя не се отнася справедливо с нас“ (America's Voice News, 2025a).

Друг емблематичен пример за същия „репортерски“ подход е Кара Кастронова, бивша боксьорка, а сега „кореспондент“ на „ЛиндълТВ“ – консервативна телевизия, собственост на бизнесмена и поддръжник на Тръмп Майк Линдъл. На редовен пресбрифинг през април 2025 г., когато темите на деня са митата, Иран и незаконното депортиране на имигранти, Кастронова задава следния въпрос: „Бихте ли обмислили да споделите фитнес плана на президента? Той наистина изглежда по-здрав отпреди“. Кастронова се интересува също дали президентът тренира с „Боби Кенеди“ (вероятно има предвид здравния министър Робърт Ф. Кенеди) и дали яде по-малко „Макдоналдс“. Изглежда въпросът идва в повече дори за Карълайн Ливит, която кратко потвърждава, че президентът е в много добра форма и закрива брифинга (Baragona, 2025).

По този начин т.нар. кореспонденти променят дневния ред, отместват фокуса, отвличат вниманието от темата, подменят въпросите с твърдения – поведение, което може да се определи като аналог на троленето онлайн, при това винаги в угода на властта.

Освен че служат за „подготовка на сцената“ в Белия дом, новите „кореспонденти“ подменят функциите на репортерството, като заменят съобщаването на факти и разказа за събития с лични мнения и ярко оценъчни коментари. Кореспонденцията на Глен от Белия дом по повод решението на Тръмп да постави Вашингтон под федерален контрол и да разположи в града националната гвардия, започва така: „Изглежда че единствените хора, които не харесват тази идея, са демократите и медиите. Те отхвърлят всичко“. Тук Глен започва да изброява като използва първо лице, множествено число: „ние започваме да говорим за мита, те отхвърлят; ние започваме да говорим за инфлация, те отхвърлят“. По същия начин описва и какво ще се случи: „Ще приберем някои престъпници от улиците, ще приберем бездомниците от улиците“. Така Глен, представяйки се за „репортер“ и „кореспондент“, всъщност напълно се идентифицира с президентската институция. Вместо факти, той използва лични впечатления, емоции и мнения: „хората, които живеят около моята сграда, силно подкрепят това, което президентът прави“; „На мен много ми харесва. Аз мисля, че това е нещо добро“ (America’s Voice News, 2025b).

По този начин на публиката се налага различна от традиционната представа за това какво е да си репортер и кореспондент. Умишлено и демонстративно се отхвърлят професионалните правила в журналистиката, за да се разграничат „новите“ медии от „старите“ („либерални“) медии. Че става дума за целенасочена стратегия потвърждава и Мегън Кели в интервю за „Ню Йорк Таймс“. Мегън Кели е бивша водеща във „Фокс Нюз“, където нашумява с критичните си въпроси към Доналд

Тръмп във време, когато телевизията открито го подкрепя. Кели, която през 2015 г. критикува Тръмп за отношението му към жените и има съществен принос в разобличаването на изпълнителния директор на „Фокс Нюз“ Роджър Ейлс като сексуален насилник, сега е убеден МАГА привърженик, а през есента на 2024 г. публично подкрепя кандидатурата на Тръмп за президент.

В света на новите медии, старите правила вече не важат, твърди Кели: „Единственият начин човек да успее в тази медия е като наруши всички онези правила, които имахме в журналистиката“, според които не говориш за себе си, не изразяваш мнението си, а ако си пристрастен, единствената цел е да го скриеш от публиката. „Този модел на журналистика умира, ако вече не е мъртъв“.

„Това, че съм журналистка и съобщавам новини е екстра, но най-важното в работата ми сега е автентичността. Това да си честен с публиката“.

„Това, което иска публиката от мен е моето автентично аз без никакъв филтър. Могат да усетят веднага неискреността. Така че нямат проблем с това да подкрепя Тръмп, дори и да не го харесват. Но биха имали проблем, ако се преструвам, че не подкрепям никого и се опитвам да представям новините, сякаш съм напълно обективна.“ (The Interview, 2025).

Представените примери и формулираните от Кели принципи дават възможност да се направят конкретни изводи за водещите ценности и принципите на работа, прилагани съответно от утвърдените (традиционни) медии и „новите“ консервативни медии.

Утвърдените медии се ръководят от класически журналистически принципи като безпристрастност, достоверност, отделяне на новините от коментарите. Тъй като могат взаимно да проверяват информацията си, нарушаването на тези принципи носи репутационни щети. Лоялността на

аудиторията се основава на изисквания за качество на съдържанието. Това не означава, че утвърдените медии винаги и непременно спазват тези принципи, но нарушаването им се смята за неприемливо и търпи обществена критика.

Консервативните медии демонстрират своята идеологическа пристрастност, игнорират фактите и залагат на емоционално съдържание, размивайки границите между новините и мненията. Вместо да проверяват взаимно изнесената информация, те я преповтарят, без оглед на нейната достоверност, стига да следва идеологическата линия. Лоялността на аудиторията се основава на споделена идеологическа пристрастност. Оспорването и отхвърлянето на принципите, следвани от утвърдените медии, е от ключово значение за обозначаването на консервативните медии като алтернатива на „естаблишмънта“.

Очевидно е, че консервативните медии прилагат стратегии, които са подходящи за алгоритмичното разпространение на информацията в социалните медии: разчитат на конфликтност и емоционално въздействие, за да ангажират идеологически пристрастната аудитория и да постигнат вирусно разпространение. За тази цел всички средства са позволени, а утвърдените журналистически стандарти, които влизат в противоречие с нея, удобно са отхвърлени. Съдейки по нарастващата популярност на консервативните медии, този подход се харесва на значителна част от аудиторията, независимо от идеологическата ѝ принадлежност или липсата на такава.

Социологическо изследване на изследователския център „Пю“ показва, че публиката не толкова държи да се информира от журналисти, спазващи определени правила, колкото да чува личното мнение на човека, от когото се информира, и да го вижда като човек, с неговата лична история и емоции (Eddy et al., 2025). С особена сила това важи за най-младата аудитория. Автентичността, оказва се, е сред трите водещи характеристики, които публиката очаква от своите източници на новини, наред с

интелигентността и честността. Участниците в изследването обаче имат различни виждания или не са напълно сигурни какво означава автентичност. За едни тя е синоним на почтеност и честност и означава, „че човекът е този, за когото се представя“. За други по-скоро означава „истинност“. Трети виждат автентичността като повече човечност, споделянето на личен опит, внасяне на „вашия оригинален личен щрих в това, което съобщавате“. Жена на около 50 години обяснява, че автентичност е „да видите как информацията достига до тях (журналистите – б.а.) и дори ги засяга емоционално“.

От дискусиите във фокус групите става ясно, че очакването за автентичност е по-високо по отношение на инфлуенсърите, отколкото по отношение на журналистите, от които се очакват „само факти“. В същото време, участниците смятат, че инфлуенсърите имат по-голяма свобода като цяло да покажат автентичността си, отколкото журналистите. „Подкастите, мисля, че може би са по-автентични, защото имат повече свободи, докато ако някой е в национална мрежа или корпоративно продуцирано новинарско предаване, той е по-контролиран и не може да бъде толкова автентичен“, казва участничка в изследването. В този смисъл, автентичността се обвързва с усещане за свобода и независимост, което прави журналистите по условие по-малко автентични, т.е. несвободни и зависими.

Според проучването публиката е несигурна и разединена по отношение на това кой е журналист и кой не. Все пак, мнозинство от близо 60% смята, че журналист е човек, който сам набавя информация за събитията. Мненията са разделени относно това дали хора, които предлагат само мнение и коментар по текущите събития или компилират и разпространяват репортажи на други хора, са журналисти. Американците по-скоро виждат като журналисти работещите в утвърдени медии, но са разделени по въпроса дали хората, които споделят новини в „нови медии“ като бюлетини, подкасти и социални медии, са журналисти. И все пак,

41% от младите хора между 18 и 29 години казват че човек, който публикува новинарско съдържание в социалните медии, е журналист (срещу едва 14% от хората над 65 години). Идеологията играе далеч по-малка роля от възрастта – републиканците са малко по-склонни от демократите да считат за журналисти хората, които водят подкасти за новини (50% срещу 43%) или пишат бюлетин за новините (43% срещу 38%).

Само според половината от публиката журналистите не трябва да изразяват личното си мнение, когато отразяват проблеми или събития. По-младите хора са по-склонни от по-възрастните да кажат, че винаги или обикновено е приемливо журналистите да се застъпват за общностите, които отразяват, и да изразяват своите възгледи. В същото време близо 40% от американците предпочитат да получават новини от журналисти, които споделят техните политически възгледи. Това се оказва по-важна идентификационна характеристика от религиозните възгледи, расата или пола (Tomasik, 2024).

Данните са категорични, че публиката може и да не успява да определи точно професионалните роли, но със сигурност усеща разликата в съдържанието. Седем от десет американци казват, че новините, които получават от новинарските инфлуенсъри са поне в известна степен различни от тези, които получават от други източници, като една пета дори смятат, че разликите са много големи (Stocking et al., 2024).

Публики от фенове

Една от възможностите за интерпретация на успеха на консервативните медии идва по линия на изследванията на популизма. Това изглежда съвсем естествено, предвид популисткия характер на МАГА движението. Изследванията откриват корелация между консумацията на политическа информация онлайн и гласуването за популистки партии. Аудиторията показва по-голяма ангажираност с популистки публикации и новинарски статии във Фейсбук, отколкото с

непопулистко съдържание (Juarez Miro, 2021). Тези данни обаче не отговарят на въпроса защо е така. Според Клара Хуарез Миро отговорът на въпроса е в разбирането на начините, по които поддръжниците на популизма се ангажират с медиите. Изследователката на популизма заимства уместно подходи от изследванията на фенството, свързани с процесите на изграждане на интерпретативни общности, чувството за принадлежност в тези общности и формирането на социални и индивидуални идентичности около медийни текстове (Juarez Miro, 2021). Подобен подход би могъл да се приложи и в медийните изследвания, за да се осмисли по-добре начинът, по който публиката се ангажира с новинарско съдържание в социалните медии. Направеният преглед дава основания да се разсъждава, че консервативните медии третират аудиторията си именно като фенска общност, която очаква не да се информира, а да се обедини около общи интерпретации и споделена идентичност. В този смисъл консервативните медии имат за цел не да информират, а да предоставят общите интерпретации и да подкрепят споделената идентичност. Те правят това толкова целенасочено и организирано, че мотивацията им изглежда по-скоро прагматична и бизнес ориентирана, отколкото идеологически мотивирана.

На фона на всичко казано, очертава се силуетът на съществена промяна във фундаменталните функции на новинарските медии и принципите за тяхното изпълнение. Настоящият текст се отнася конкретно до САЩ, но белезите на описваните промени се забелязват в глобален мащаб, под въздействие на сходни политическите процеси и на социалните медии като преобладаващ източник на новини, особено за по-младата публика. Аудиторията не просто намира новини в социалните медии, но и все повече се ориентира към т.нар. „новинарски инфлуенсъри“, вместо към съдържание, създадено от утвърдените медии. Нарастващата популярност на консервативни инфлуенсъри и консервативни медии в САЩ

поставя въпроса дали това се дължи само на послания, които се харесват на публиката, или има нещо повече. Историческият преглед показва, че случващото се в момента не е резултат от случайни събития, а е добре планиран и организиран процес на изграждане на консервативна медийна система, позиционирана като „контрасфера“ (по М. Мейджър) на мейнстрийм („либералните“) медии. Консервативната медийна система се отличава с ясна архитектура и силна вътрешна кохерентност. Американската десница от десетилетия прилага стратегии за комуникация с публиката, които са насочени към създаване на мрежи, в които се свързват разнообразни актьори, в това число медии, академични и изследователски центрове, неправителствени организации, активисти, граждани. Тези стратегии, допълнени с нови технологични инструменти, се оказват особено подходящи и в днешната онлайн цифрова ера. Администрацията на Доналд Тръмп създава условия консервативните медии да получат привилегирован достъп до президента, измествайки утвърдените медии. По този начин те получават не просто възможност да разпространяват идеологическите си възгледи, но и да променят медийния дневен ред и правилата на журналистиката. Консервативните медии подменят журналистическите принципи за фактологичност и безпристрастност с демонстративна идеологическа пристрастност, представят като „репортери“ хора, които си служат с партийни лозунги и идеологически натоварена риторика, а фактите са пренебрегнати, за сметка на емоционални коментари. Консервативните медии се заявяват не просто като близки до властта, а се превръщат в официози, които безкритично повтарят и разпространяват тезите на Белия дом. Процесите, които наблюдаваме в САЩ, имат потенциала да окажат съществено влияние върху утвърдените журналистически принципи и норми. Под влияние на популизма, авторитарните тенденции и социалните медии се очертава „прекрасен нов свят“, в който

водещ принцип е бизнесът с емоции, публиките са настроили фенове, въоръжени със собствени медии и послания, а журналистиката, както казва Мегън Кели, е „вече мъртва“.

Използвана литература:

- Сотирова, Десислава (2025) „Враговете на народа“: войната на Тръмп срещу американските медии. В: *Медialog*. Vol. 18, pp. 71 – 86. [Sotirova, Desislava (2025) „Vragovete na naroda“: voynata na Tramp sreshtu amerikanskite medii. V: *Medialog*. Vol.18]
- Удуърд, Боб (2025) *Война*. София: Сиела Норма. [Uduard, Bob (2025) *Voyna*. Sofia: Siela Norma].
- Allsop, Jon (2024) The Lessons of Trump’s TV Cabinet – And When He Announced It. What two first-term Trump clichés say about his second term. *Columbia Journalism Review*. Достъпен от: https://www.cjr.org/the_media_today/trump_friday_night_news_dump_made_for_tv.php (Прегледан: 28.08.2025)
- Axelrod, Tal and Fischer, Sara (2025) MAGA media muscles up. *Axios.com*. Достъпен от: <https://www.axios.com/2025/05/05/right-wing-media-hiring-deals> (Прегледан: 5.09.2025)
- Baragona, Justin (2025) Reporter from MyPillow guy’s network asks White House the secret behind Trump looking ‘healthier than ever before’. *Independent.co.uk*. Достъпен от: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/mypillow-trump-secret-fitness-plan-b2731891.html> (последно посещение 26 август 2025).
- Benkler, Yochai, Faris, Robert and Roberts, Hal (2018)a. The Architecture of Our Discontent. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York, Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.003.0002> (Прегледан: 5.09.2025)
- Benkler, Yochai, Faris, Robert and Roberts, Hal (2018)b. The Propaganda Feedback Loop. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York, Oxford Academic. Достъпен от: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.003.0002> (Прегледан: 5.09.2025)
- Biebricher, Thomas (2023) The Crisis of American Conservatism in Historical–Comparative Perspective. *Politische Vierteljahresschrift*. 65 (2): 233–259.
- Carman, Ashley (2024) Spotify Reveals Joe Rogan’s Podcast Numbers. *Bloomberg.com*. Достъпен от: <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2024-03-21/spotify-reveals-podcast-numbers-for-joe-rogan-alex-cooper-travis-kelce> (Прегледан: 25.08.2025)
- Debusmann Jr, Bernd (2025) White House takes control of press pool that covers Trump. *BBC News*. Достъпен от: <https://www.bbc.com/news/articles/ce30n52e6p1o> (Прегледан: 25.08.2025)
- Dibranco, Alex (2020) Conservative News and Movement Infrastructure. Nadler, Anthony, and A.J. Bauer (eds), *News on the Right: Studying Conservative News Cultures* (New York, 2019; online edn, Oxford Academic, 17 Dec. 2020), Достъпен от: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190913540.001.0001> (Прегледан: 07.11.2025)
- Eddy, Kirsten et al. (2025) How Americans View Journalists in the Digital Age. *Pew research Center*. Достъпно на: <https://www.pewresearch.org/journalism/2025/08/20/how-americans-view-journalists-in-the-digital-age/> (Прегледан: 25.08.2025)
- Fischer, Sara and Primack, Dan (2021) Right wing builds its own echo chamber. *Axios.com*. Достъпен от: <https://www.axios.com/2021/12/06/conservative-social-media-crypto-publishing-internet> (Прегледан: 25.08.2025)
- Fischer, Sara (2024) MAGA media map. *Axios.com*. Достъпен от: <https://www.axios.com/2024/11/12/trump-media-maga-influencers-election> (Прегледан: 25.08.2025)
- Gangitano, Alex (2025) Trump suggests media outlets be deemed illegal. *Thehill.com*. Достъпен от: <https://thehill.com/homenews/administration/5195881-trump-media-illegal/> (Прегледан: 25.08.2025)

- Heseltine, Michael (2023) Asymmetric Polarization in Online Media Engagement in the United States Congress. *The International Journal of Press/Politics*, 30(1), 299-325. Достъпен от: <https://doi.org/10.1177/19401612231211800> (Original work published 2025) (Прегледан: 25.10.2025)
- Juarez Miro, Clara (2021) Who are the people? Using fandom research to study populist supporters. *Annals of the International Communication Association*, 45(1), 59–74. Достъпен от: <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1910062>
- Lane, Julie B. (2020) Cultivating Distrust of the Mainstream Media. Propagandists for a Liberal Machine and the American Establishment. Nadler, Anthony and Bauer, A. J. (eds), *News on the Right: Studying Conservative News Cultures*, Достъпен от: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190913540.001.0001> (Прегледан: 25.10.2025)
- Major, Mark (2020) Bridging the Marginal and the Mainstream: Methodological Considerations for Conservative News as a Subfield. Nadler, Anthony, and A.J. Bauer (eds), *News on the Right: Studying Conservative News Cultures* (New York, 2019; online edn, Oxford Academic, 17 Dec. 2020), Достъпен от: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190913540.001.0001> (Прегледан: 25.10.2025)
- Meagher, Richard J. (2012) The ‘Vast Right- Wing Conspiracy’: Media and Conservative Networks. *New Political Science* 34 (4): 469– 484. Достъпен от: https://www.academia.edu/20971792/The_Vast_Right_Wing_Conspiracy_Media_and_Conservative_Networks (Прегледан: 25.08.2025)
- Newman, Nic., et al. (2025) Digital News Report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism. Достъпен от: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary> (Прегледан: 25.08.2025)
- Norris, Pipa and Inglehart, Ronald (2019) Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism. Cambridge University Press.
- Parker, Christopher S. and Blum, Rachel M. (2025) Exploring the Motivations of the MAGA Movement. Steven Livingston, and Michael Miller (eds), *Connective Action and the Rise of the Far-Right: Platforms, Politics, and the Crisis of Democracy*. New York, Oxford Academic. Достъпен от: <https://doi.org/10.1093/oso/9780197794937.003.0008> (Прегледан: 25.08.2025)
- Richardson, Timothy and Vilk, Viktorya (2025) The White House Is Choosing Its Own Press Pool. 5 Reasons That Should Alarm You. Достъпен от: <https://pen.org/the-white-house-is-choosing-its-own-press-pool-5-reasons-that-should-alarm-you/> (Прегледан: 26.08.2025)
- Stocking, Galen et al. (2024) America’s News Influencers. The creators and consumers in the world of news and information on social media. Достъпен от: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/11/18/americas-news-influencers/> (Прегледан: 25.08.2025)
- Tomasik, Emily (2024) More Americans want the journalists they get news from to share their politics than any other personal trait. Достъпен от: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/05/16/more-americans-want-the-journalists-they-get-news-from-to-share-their-politics-than-any-other-personal-trait/> (Прегледан: 25.08.2025)
- Vanderbilt University (2025) Majority of Republicans nationally identify as MAGA for first time in Unity Poll. Достъпен от: <https://news.vanderbilt.edu/2025/02/24/majority-of-republicans-nationally-identify-as-maga-for-first-time-in-unity-poll/> (Прегледан: 25.08.2025)
- Wren, Adam (2024) Meet the Man MAGA America Wakes Up To. [Politico] Достъпен от: <https://www.politico.com/news/magazine/2024/04/24/brian-glenn-marjorie-taylor-green-00153452> (Прегледан: 25.08.2025)
- Използвани източници:**
- America's Voice News (2025a) *BRIAN GLENN ASKS TRUMP A QUESTION IN THE OVAL OFFICE*. Достъпен от: <https://americasvoice.news/brian-glenn-asks-trump-a-question-in-the-oval-office/> (Прегледан: 25.10.2025).
- America's Voice News (2025b) *BRIAN GLENN ON THE MEDIA’S REACTION TO CLEANING UP D.C.* Достъпен от: <https://americasvoice.news/brian-glenn-on-the-medias-reaction-to-cleaning-up-dc/> (Прегледан: 25.10.2025).

America's Voice News (2025c) *POTUS SAYS BRIAN GLENN IS A "GREAT REPORTER" "I like that guy!"*. [Фейсбук] Достъпно от: https://fb.watch/BJhpyVm_i_/ (Прегледан: 25.10.2025).

America's Voice News (2025d) *"WE ARE GOING TO STOP MAIL-IN BALLOTS, BECAUSE IT IS CORRUPT!" Brian Glenn asking POTUS about his recent social media post, "I am glad you asked me that question."* [Фейсбук] Достъпно от: <https://fb.watch/BJhvgLXIs4/> (Прегледан: 25.10.2025).

MK Media (без дата) *MK Media.com*. Достъпен от: <https://www.megynkelly.com/mk-media/> (Прегледан: 10.11.2025).

The Interview (2025) *Megyn Kelly on 'Owning' Her Bias, Endorsing Trump and Her Lane in the MAGA Podcast Universe*. [Подкаст]. Достъпен от: https://www.youtube.com/watch?v=VYZ2Eafg760&ab_channel=TheInterview. (Прегледан: 10 ноември 2025).

The Podcast Charts (2025) *Spotify.com*. Достъпен от: <https://podcastcharts.byspotify.com/> (Прегледан: 10.11.2025).

The White House (2025a) *President Trump Announces Appointments to the White House Offices of Communications, Public Liaison, and Cabinet Affairs*. Достъпен от: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/2025/01/president-trump-announces-appointments-to-the-white-house-offices-of-communications-public-liaison-and-cabinet-affairs/> (Прегледан: 25.08.2025).

The White House (2025b) *Press Secretary Karoline Leavitt SLAMS the Washington Post*. Достъпен от: <https://www.whitehouse.gov/videos/press-secretary-karoline-leavitt-slams-the-washington-post/> (Прегледан: 25.10.2025).

The White House (2025c) *Yes, Biden Spent Millions on Transgender Animal Experiments*. Достъпен от: <https://www.whitehouse.gov/articles/2025/03/yes-biden-spent-millions-on-transgender-animal-experiments/> (Прегледан: 25.10.2025).

YouTube Charts (2025) *YouTube.com*. Достъпен от: <https://charts.youtube.com/podcasts> (Прегледан: 10.11.2025).

Vanderbilt University (2025) *Majority of Republicans nationally identify as MAGA for first time in Unity Poll*. Достъпен от: <https://news.vanderbilt.edu/2025/02/24/majority-of-republicans-nationally-identify-as-maga-for-first-time-in-unity-poll/> (Прегледан: 26.08.2025).

Д-р **Ралица Ковачева** е доцент във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“. Публикувала е монографиите: „Център и периферия на европеизирани публични сфери“ (2017) и „Новините от света. За смисъла и ползите от международната журналистика“ (2020), както и изследването „Медиатизираното измерение на външната политика“ (2017) в съавторство с проф. д-р Мария Нейкова. Изследователските ѝ интереси са в сферата на международните отношения и международната журналистика, медийното отразяване на европейски теми, дезинформацията и проверката на факти.

Ralitsa Kovacheva, PhD, is an Associate Professor in International Journalism at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski.” She has published the books: “News of the World. On the Meaning and Value of International Journalism” (2020), “Centre and Periphery of the Europeanised Public Spheres” (2017) and “The Mediatized Dimension of Foreign Policy” (co-authored by Maria Neikova, 2017). Her research interests are in the field of international relations and international journalism, media coverage of European issues, disinformation, and fact-checking.

„ВРАГОВЕТЕ НА НАРОДА“: ВОЙНАТА НА ТРЪМП СРЕЩУ АМЕРИКАНСКИТЕ МЕДИИ

ДЕСИСЛАВА СОТИРОВА

“ENEMIES OF THE PEOPLE”: TRUMP’S WAR TOWARDS AMERICAN MEDIA

DESISLAVA SOTIROVA

email: d.sotirova@fjmc.uni-sofia.bg

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9468-061X>

DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.71-86>

Резюме: В тази статия се анализира политическия дискурс на президента на САЩ Доналд Тръмп спрямо медиите, както и мерките, които той предприема във „войната“ срещу тях, както я описват анализатори. Комуникационната стратегия на Тръмп срещу пресата създава опасен прецедент в една от най-старите демокрации. Тя включва реторика, при която медиите не се възприемат като коректив на властта, а като политически опонент. Президентът целенасочено използва популистка и исторически натоварена терминология, за да консолидира подкрепата на своите избиратели. Той превръща медийната атака в централна ос на политическата си реторика. По време на първия си мандат като президент (и продължавайки в последващата си политическа кариера), той оказва и продължава да оказва институционален натиск, включително чрез завеждане на SLAPP дела (дела „шамари“). Тръмп систематично и публично заклемява определени медийни издания и ги определя като „врагове на народа“.

Ключови думи: медии, Тръмп, врагове на народа, дела „шамари“, комуникационна стратегия

Abstract: This article examines the president of the US Donald Trump’s political rhetoric towards the American media, as well as the measures he is taking in the “war on the media” as described by analysts. Trump’s communications strategy against the press sets a dangerous precedent in one of the oldest democracies. It includes rhetoric in which the media is not perceived as a corrective to power, but as a political opponent. The president purposefully uses populist and historically charged terminology to consolidate support for his voters. He makes the attack on the media a central axis of his political rhetoric. During his first term as president (and continuing into his subsequent political career), he exerted and continues to exert institutional pressure, including through the filing of SLAPP lawsuits. Trump systematically and publicly denounces certain media outlets and defines them as “enemies of the people”.

Keywords: media, Trump, enemies of the people, S.L.A.P.P., communication strategy

Употребата на политическия термин „враг на народа“ (произлиза от латински *hostis publicus* – обществен враг на Римската империя) е преминала през различни епохи, като обикновено е била опит за легитимиране на действия, които се представят, че са в полза на народа. В Древен Рим, където терминът възниква, той е официален правен статус, присъждан от Сената на отделни личности или групи. Статусът лишава човека от всички граждански права, предвижда конфискация на имущество и оправдава неговото прогонване, преследване и убийство без наказателна отговорност за извършителите. Често е използван за премахване на политически противници, които са твърде опасни или влиятелни, за да бъдат съдени по законовия ред (СУ, 2023).

След Римската империя, терминът придобива нови конотации в различни исторически контексти. По време на Френската революция Якобинският терор използва подобни концепции, за да узакони масови екзекуции на аристократи, роялисти и политически опоненти. През XX в. в тоталитарни режими като Съветския съюз и нацистка Германия „враг на народа“ се използва като централен елемент на идеологическата пропаганда. В СССР по време на Големия терор чрез него се заклеят и преследват политически дисиденти, интелигенция, бивши аристократи, смятани за пречка пред комунистическата кауза. Тези периоди демонстрират как терминът се използва като политически инструмент и за идеологическо прочистване и утвърждаване на еднопартийна власт (Militaer Actuell, 2024).

Терминът се среща и в литературата в края на XIX в., например в пиесата „Враг на народа“ (1882) на норвежкия драматург Хенрик Ибсен (Театър Нокс, 2023). Творбата е считана за една от най-значимите му произведения със социален характер и анализ на тогавашното общество. Тя е отговор на масовата остра критика към предишна пиеса на Ибсен – „Призраци“, която била възприемана за скандална поради осмиването на привидното

следване на строгия викториански морал и липсата на задръжки в реалността. Провокиран от обществената реакция, в политическата драма „Враг на народа“ авторът разказва историята за човек, който разкрива истина, неудобна за обществото и повдига темите за корупция, почтеност и злоупотреба с власт.

В наши дни фразата „враг на народа“ се свързва с името на американския президент Доналд Тръмп. От началото на първия си мандат през 2017 г. насам той систематично и публично заклеява определени медии като „врагове на народа“ и твърди, че те разпространяват „фалшиви новини“. Сред тях са световноизвестните Си Ен Ен, „Ню Йорк Таймс“, Ен Би Си, Ей Би Си, Си Би Ес и други. Определението предизвиква огромен дебат за ролята на журналистиката и свободата на медиите в САЩ. Тази реторика е възприета и от поддръжниците на Тръмп като основателна критика срещу това, което те считат за предубедено отразяване на събитията, докато критиците му я определят като опасна атака срещу основните демократични принципи и свободата на словото.

Според доклад на Комитета за защита на журналистите многократната употреба на термина в социалните медии от Тръмп е допринесла за нарастване на заплахите и вербалните атаки срещу журналисти (CPJ, 2025). Тази тенденция повдига въпроси за отговорността на политическите лидери за въздействието на думите им върху обществената среда. Използването на толкова силно натоварен исторически термин, като „враг на народа“, от най-високопоставения политически лидер в една от най-старите демокрации в света, се разглежда от много наблюдатели като опасно прецедентно действие (Downie Jr., L.; Sugars, St., 2020).

Тръмп превръща атаката срещу медиите в централна ос на политическата си реторика. Той се опитва да създава недоверие към традиционните медии и утвърждава социалните мрежи като основен канал за директна комуникация. От встъпването си в длъжност през януари 2017 г. до 15 октомври 2019 г. Тръмп

нарича медиите „враг на народа“ 36 пъти в тогавашната социална мрежа „Туитър“ (днес „Екс“).

Политическият дискурс: морална война и дуализъм

Политическият дискурс на Тръмп е определян от анализатори за популистки: “има доказателства, че езикът на Тръмп е силно отличителен, но тази отличителност се доближава до сценарий на непринуден разговор. Въпреки че езикът му, както по съдържание, така и по стил, е необичаен за политически лидер, той е познат на неговата аудитория. Това е истинският език на популизма“ (Hunston, 2017).

Реториката на Тръмп има съществени прилики с популизма (Karlson, 2024, p. 10 – 12; Elliot, 2021; Moffit, 2016, с.76; Schroeder, 2019; Lacatus and Meibauer, 2021). Дуалистичният светоглед, който разделя света на две противоположни категории – „ние“ и „те“ и съответно „добро“ и „лошо“. В комуникационната стратегия на Тръмп „те“ – медиите, са символ на „злото“, което разпространява фалшиви новини и заблуждава американската нация.

Атаките срещу медиите са особен белег и на двете президентски кампании на Тръмп (Kalb, 2018, p.13). Той използва нападите си към медиите като комуникационен инструмент – вместо да отговаря на критики, той дискредитира източника на информация, обвинявайки го в разпространение на „фалшиви новини“ и заклеявайки го като „враг на народа“. По този начин фокусът на общественото внимание се измества – въпросът вече не е дали твърденията на медиите са верни, а дали изобщо може да им се вярва¹.

В изследването си от 2023 г. на популистката реторика на две радикално-десни партии – „Лига“ в Италия и „Вокс“ в

¹Тази стратегия буди основателни страхове сред медийни експерти и лекарската общност по време на пандемията от коронавирус, когато президентът Тръмп омаловажава публично опасността от вируса и последствията от него, докато американските медии алармират за сериозен риск за общественото здраве.

Испания авторите Черви, Техедор и Моника заключват, че: „Това опростено противопоставяне служи като основа за популисткия дискурс, който представя политическата борба не като конкуренция на идеи, а като морална война между доброто и злото“ (Cervi; Tejedor and Villar, 2023). Описаните от тях основни методи за изграждане на образа на „врага“ от лидерите на „Лига“ и „Вокс“, Тръмп също прилага системно:

- ✓ Демонизация – представяне на опонентите като „врагове на народа“, които действат срещу интересите и ползите на обществото.

- ✓ Очерняне на личността – чрез лични нападки, насочени не към идеите, а към характера и поведението на политическите противници, за да се подкопае тяхната репутация и да се отвлече вниманието от същинските проблеми.

Този популистки език се характеризира още с умишлено опростяване на комплексните проблеми и директна емоционална комуникация, която цели да заобиколи традиционните медийни филтри. Тръмп персонализира и посочва „врага“ – не говори срещу идеи, а срещу конкретни журналисти, редакции и политици. Чрез постоянната употреба на обидни етикети (като *непочтена Хилъри*, *медии с фалшиви новини*) и кратки, агресивни лозунги, Тръмп успява да поддържа висока степен на поляризация, при която политическите пристрастия се основават повече на емоционална идентификация с „нас“ и омраза към „тях“, отколкото на рационална оценка на политиките. Това не само измества фокуса от политическите решения към личните конфликти, но и променя ролята на медиите – от критичен наблюдател те се превръщат в участник в сблъсъка. Така популистката реторика, независимо дали в Европа или в САЩ, използва стария, но ефективен инструмент – *врагът на народа* – за да мобилизира подкрепа, като създава илюзията, че политическият лидер е единственият защитник на „истинския народ“.

Тази стратегия позволява на Тръмп да консолидира подкрепата на своите избиратели, които приемат неговите послания като по-надеждни от традиционната журналистика, и същевременно отслабва ролята на медиите като коректив на властта. Нейният успех се дължи на способността му да улови вече съществуващо обществено недоверие към институциите и медиите, а критиката му срещу „фалшивите новини“ се превръща в емоционално обединяващ лозунг. По този начин Тръмп канализира недоверието и го използва като политически ресурс (Happer, C., Hoskins, A. and Merrin, W., 2019). Още повече, че използването на термина „враг на народа“ от Доналд Тръмп идентифицира противниците на неговата власт и посочва на кои медии неговите избиратели не могат да имат доверие.

Все още не е ясно доколко е ефективна битката му срещу медиите. Има проучвания, които показват поляризация в общественото доверие към медиите, като поддръжниците на Тръмп изразяват по-голямо недоверие към традиционните медии, докато неговите опоненти запазват или увеличават доверието си в тях (Liedke, J.; Shearer, E., 2025). Поради тази причина, не може да се даде еднозначен отговор, а по-скоро се наблюдава **дълбоко разделение в обществото** по този въпрос.

Подобна стратегия за подкопаване на доверието към медиите не е запазена марка само за Доналд Тръмп. В Европа тя намира израз най-ярко в управлението на Виктор Орбан в Унгария и на Александър Вучич в Сърбия, където критичните към властта медии постепенно са маргинализирани, а голяма част от медийния пазар се концентрира в ръцете на приближени до правителството бизнесмени. По сходен начин в Полша по времето на „Право и справедливост“ (2015 – 2023 г.) обществената телевизия е превърната в инструмент за проправителствена пропаганда, а независимите журналисти са системно атакувани и обвинявани в липса на патриотизъм. Партиите на Орбан „Фидес“ и „Право и справедливост“ на Ярослав Качински са сред най-известните

популистки политически партии в Европа. Това, което обединява тези примери на натиск над медиите, е, че политическата цел е една и съща: да се отслаби доверието в независимата журналистика и да се утвърди политическата партия като достоверен източник на информация.

Атаките срещу медиите намират силен отзвук сред поддръжниците на Републиканската партия, които виждат справедлива кауза в борбата на президента срещу „фалшивите новини“. Тази борба приема и институционални форми, като „безпрецедентно, Белият дом поема контрола върху избора на медиите, които имат достъп до президента – задача, която досега винаги е изпълнявана от независимата „Асоциация на кореспондентите в Белия дом“ (АКБД)“ (Ковачева, 2025:56). Освен вербални, Тръмп води и съдебни битки, за които със сигурност може да се твърди, че са печеливша финансова и комуникационна стратегия за набиране на средства в размер на милиони долари и поддържане на образа на „президента на народа“. Всяка нова съдебна битка е повод за имейли от гласоподаватели и призови за дарения, които впоследствие се използват както за съдебни разходи, така и за политически дейности. Съдебните дела, особено срещу големи медийни компании, генерират огромен медиен и обществен интерес. Това му осигурява постоянно присъствие в новините. Освен това, Тръмп създава съдържание за собствените си канали в социалните мрежи и участва в подкасти на инфлуенсъри, поддържащи „МАГА движението“ („Да направим Америка велика отново“)^{2,3}. По този начин Тръмп поддържа ангажирана своята аудитория в социалните мрежи и онлайн платформи.

²По време на предизборната си кампания Тръмп прокламира този лозунг през 2016 г., който се превръща в обединяващо вдъхновение за движение, което се обявява против установения държавен ред, либералната политика и култура, имиграцията и други.

³Изразът добива популярност още през 1980 г., когато е използван публично от американския президент Роналд Рейгън в неговата кампания за държавен глава.

Разбира се, контекстът на тази атака не е случаен, а е насочен към медии с ясна редакционна политика. Си Ен Ен, „Уолстрийт Поуст“, „Ню Йорк Таймс“ и Ем Ес Ен Би Си често са възприемани като по-критични към Републиканската партия и по-близки до ценностите на демократите (например по отношение на политики за опазване на климата, права на малцинствата, социална справедливост) заради редакционните политики, коментарите на водещите и избора на теми. В това число, „Уолстрийт Поуст“, „Ню Йорк Таймс“ често публикуват разследвания, насочени срещу администрации на Републиканската партия (вкл. Тръмп), но твърдението, че тези медии са „част от Демократическата партия“ е на Доналд Тръмп. Използването на израза „врагове на народа“ е именно инструмент на тази демонизираща стратегия, чрез която Тръмп делегитимира медиите, представя ги като част от „заговор срещу народа“ и засилва разделението в обществото.

Войната се разгръща с институционален натиск и дела „шамари“

По време на втората си предизборна кампания и по-късно като президент Тръмп многократно заплашва притежателите на телевизионни лицензи с конфискуването им. Повод за това са критични репортажи и разследвания срещу администрацията му, излъчени от водещи американски мрежи като Ен Би Си и Си Ен Ен. Разпределянето и подновяването на лицензиите е израз на държавна регулаторна власт, упражнявана чрез Федералната комисия по комуникации (FCC). Макар и независима, тази институция функционира в политически контекст, което прави всяка заплаха за намеса рискова за принципа на независимост на медиите и може да бъде възприета като опит за оказване на натиск върху свободата на изразяване. Дори тези заплахи да не се реализират на практика, от самото им публично изричане има възпиращ ефект — внушава несигурност сред медиите и може да бъде разглеждано като форма на политически натиск. Така, дори

без реални действия, Тръмп успява да наложи реторика на заплахата, която укрепва неговата стратегия за заглушаване на критичните гласове и засилва усещането за противопоставяне между властта и журналистиката.

Сагата с делата на Тръмп срещу редица американски медии започва от 2022 г., когато завежда дело за клевета срещу Си Ен Ен, претендирайки за обезщетение в размер на 475 милиона долара. Милиардерът обвинява медията и за това, че използва по негов адрес квалификации като „расист“, „лакей на руснаците“ и дори „Хитлер“ и използва израза „Голямата лъжа“ във връзка с неговите твърдения, че президентските избори през 2020 г. са били откраднати от президента Джо Байдън. През юли 2023 г. Федералният съд отхвърля иска на Тръмп. Съдът аргументира, че коментарите в ефира на медията са мнения и политически оценки, които са защитени от Първата поправка на Конституцията на САЩ (свободата на словото).

Действията на администрацията от втория президентски мандат на Тръмп (след 20.01.2025 г.) срещу „вражеските“ медии са в широк диапазон от мерки: от съкращения на финансиране – до съдебни дела за милиарди долари. Т.нар. SLAPP дела⁴ (дела „шамари“⁵), които по същество целят цензура (включително автоцензура), сплашване, финансов и психологически натиск с краен ефект заглушаване на конкретния засегнат критичен глас и възпиращ ефект върху останалите критични гласове (Verza, S., 2018). SLAPP делата са злоупотреба със съдебния процес. Те представляват граждански иски (най-често за клевета, обида

⁴Цялото име е Strategic Lawsuits Against Public Participation или Стратегически съдебни дела срещу участието на обществеността (Canan, P.; Pring, G. W., 1988) Терминът е въведен през 80-те години на XX в. от двама американски учени – Пенелопе Канън и Джордж У. Принг. Те изследват зачестилите съдебни иски на големи строителни предприемачи и корпорации срещу активисти и граждани, протестиращи срещу техни проекти (например опазване на околната среда, градоустройство). След като феноменът е идентифициран, в САЩ започва борба за създаване на закони за защита. Първият анти-SLAPP закон е приет през 1989 г. в щата Вашингтон. Към 2025 г. повечето щати в САЩ имат различни форми на анти-SLAPP законодателство, което позволява на съда бързо да отхвърля явно неоснователни иски.

⁵От англ. език *slap* – шамар.

или претърпени имуществени вреди), заведени от влиятелни личности, корпорации или държавни органи срещу журналисти и граждански организации. Важна характеристика е, че тези иски почти никога не са печеливши, но винаги имат един и същ ефект – заглушават критиката (Rome, A., 2016).

Финансирането на медии от правителството на САЩ се използва като още една мярка за цензура. През март 2025 г. на прицел е „Гласът на Америка“, най-голямата медия, финансирана от държавния бюджет. Официалното обяснение е свързано с „преструктуриране на ресурсите“, а Американската агенция за глобални медии (USAGM)⁶, пуска в принудителен неплатен отпуск повече от 1000 служители и прекратява договори с около 600 външни сътрудници. Тези събития се случват след опитите на ръководството на Агенцията, назначено по време на администрацията на Тръмп, да наложи политически контрол върху редакционната независимост. „Гласът на Америка“ се принуждава да спре излъчванията си за първи път от основаването си през 1942 г. През април Федералният съд във Вашингтон нарежда на администрацията на президента да отмени решенията, с които цели да закрие медията. Заповедта важи и за две други финансирани от американското правителство медии – „Радио Свободна Азия“ и „Мидъл Ийст Броудкастинг Нетуъркс“. В своя защита „Радио Свободна Европа“ завежда дело срещу Агенцията, след като институцията спира одобрения от Конгреса грант за медията. Спирането на одобрения грант може да се интерпретира като финансов лост за принуждаване на радиото да приеме новите политически мотивирани назначения и да се поддаде на натиска.

През юли 2025 г. от „Парамаунт“ – компанията майка на Си Би Ес Нюз, заявяват, че ще изплатят 16 милиона долара, като споразумение по дело, заведено от президента Доналд Тръмп срещу телевизията. Той твърди, че по време на предизборната

⁶Агенцията отговаря за работата на медии, които предоставят новини в страни, където свободата на медиите е ограничена.

кампания за президент телевизионният екип е редактирал интервю с тогавашния вицепрезидент и опонент в надпреварата Камала Харис, за да я представи в по-положителна светлина. Интервюто е проведено през октомври 2024 г. за предаването „60 минути“. Искът на Тръмп твърди, че това е опит за „намеса в изборите“, нанесъл щети на неговата кампания. Първоначалното искане за обезщетение е за 10 милиарда долара, но по-късно е увеличено до 20 милиарда долара. От Си Би Ес Нюз и „Парамаунт“ твърдят, че делото е неоснователно и че интервюто е редактирано в съответствие със стандартните журналистически практики. Въпреки това, компанията решава да уреди спора, за да се „съсредоточи върху основните си цели“. Важен детайл от споразумението е, че парите няма да бъдат изплатени директно на Доналд Тръмп, а на неговата бъдеща президентска библиотека.

Друга ключова победа на Тръмп е договорката с Ей Би Си Нюз да дари 15 милиона долара. Споразумението е постигнато, след като на 14 декември 2024 г., още преди инаугурацията, Тръмп завежда дело за клевета срещу медията. Президентът твърди, че телевизионният водещ Джордж Стефанопулос го е оклеветил, като го е набедил в извършване на престъпление, за което Тръмп не е признат за виновен. В резултат на извънсъдебното споразумение, медията се съгласява да дари 15 милиона долара на бъдещата президентската библиотека на Тръмп и да публикува изявление, в което се извинява за коментарите в ефир на Стефанопулос.

Новините⁷ от 16 септември 2025 г. информират за две нови дела на Тръмп срещу медии: „Уолстрийт Джърнъл“ и „Ню Йорк

⁷По време на довършването на настоящата статия става ясно, че Тръмп заплашва да съди британската обществена телевизия Би Би Си за 1 млрд. долара заради епизод на предаването „Панорама“ с документалния филм „Тръмп: Втори шанс?“. Предаването е излъчено през октомври 2024 г., няколко дни преди президентските избори в САЩ. Тръмп твърди, че речта му от 6 януари 2021 г. е манипулирана така, че да изглежда сякаш призовава за нахлуване в Капитолия. В резултат на скандала генералният директор на Би Би Си Тим Дейви и ръководителят на новините Дебора Търнес подават оставки. Преди да внесе съдебен иск, президентът дава срок на медията до 16.11.2025 г. да публикува опровержение, да се извини и да го обезщети. Би Би Си, от своя страна, се извинява на президента, но отхвърля исканията му за обезщетение.

Таймс“. Президентът завежда съдебен иск срещу „Уолстрийт Джърнъл“ за 10 милиарда долара с твърдението, че статия на изданието е клеветническа. Публикацията го свързва с писмо и рисунка през 2003 г. по повод рождения ден на осъдения за трафик на хора Джефри Епстийн. Тръмп категорично отрича да има общо с посочения документ.

Искът срещу „Ню Йорк Таймс“ е за 15 милиарда долара с обвинения в клевета и уронване на репутацията. Делото е свързано с разследващи статии, публикувани от изданието, които разкриват подробности за финансовите дела на президента. Искът цитира серия от статии в „Ню Йорк Таймс“, включително редакционен материал преди изборите през 2024 г., в който се твърди, че Тръмп е „негоден за длъжността“, както и книгата „Късметлията губещ: Как Доналд Тръмп пропиля богатството на баща си и създаде илюзията за успех“ (2024 г.), написана от разследващите журналисти на „Ню Йорк Таймс“ Сюзан Крейг и Ръс Бютнър. Новината за делото идва дни, след като Тръмп заплашва, че ще съди медията за публикации отново свързани с предполагаемо писмо и рисунка, подарена на Епстийн.

Новината за сваляне от ефир на късното вечерно предаване на Джими Кимъл по Ей Би Си внася смут и опасения за бъдещето на критиците на Доналд Тръмп. Водещият е известен с хумористичните и сатирични реплики спрямо действия на Тръмп. На 17 септември 2025 г. телевизията обявява спиране на предаването „Джими Кимел Лайв!“ за неопределено време, след като Кимел коментира убийството на десния активист и поддръжник на Тръмп Чарли Кърк. Вследствие на думите му група свързани с Ей Би Си станции (Некстар и Синклер) заявяват, че няма да излъчват предаването. Решението също така идва часове след като назначеният от Тръмп председател на Федералната комисия по комуникациите Брендън Кар⁸

⁸След избирането на Тръмп Кар заплашва телевизионните оператори с действия и разследвания за предполагаеми обиди към Тръмп и движението MAGA.

подчертава правомощията си над лицензираните телевизионни станции. В подкаст, качен на 17 септември, Кар намеква, че местните оператори, които излъчват вечерното шоу, могат да бъдат глобени и лицензът им да бъде отнет.

Заклучение

В условия на демокрация медиите са коректив на властта и тяхната критика държи отговорни управляващите. Когато държавният глава обявява цели медии за „врагове на народа“, става дума за „война“ на президента срещу конкретни медии. Макар отношенията между управляващи и медии винаги да са били сложни, уникалността на случая „Тръмп“ се състои в това, че натискът върху критичните издания е превърната в централна управленска стратегия в държавата-символ на демократичните права и свободи. Тя се проявява като кампания за делегитимиране и институционален тормоз. Целенасоченото подриване на основните демократични принципи създава опасен прецедент за бъдещи злоупотреби с власт по изключително дързък, публичен и директен начин. Президентът систематично подкопава представата за истина, базирана на факти, изграждайки „постистинска“ реалност, в която политическата лоялност измества фактите. Тръмп не само заплашва и оказва натиск публично, но и умишлено афишира и прокламира действията и намеренията си, за да всява страх сред останалите критични гласове и да постигне широкообхватен цензуриращ ефект, т.нар. „смразяващ ефект“⁹.

Когато Тръмп прекъсва финансирането на „Гласът на Америка“, действието не се интерпретира само като вътрешнополитическо решение, а като демонстративен отказ от

⁹ От английски език – chilling effect, е явление, което се наблюдава, когато отделни лица или групи се самоцензурират и се въздържат от упражняване на своите права от страх от негативни последици, като например обществено неодобрение, институционални репресии или съдебни дела.

глобалната роля на САЩ като лидер в свободата на словото. Международни партньори и съюзници изразяват загриженост, а опоненти на Щатите (като Русия и Китай) използват случая пропагандно, за да покажат „двойните стандарти“ на Вашингтон. Така този акт придобива символно значение – на отстъпление от ценностната външнополитическа доктрина на САЩ, изградена след Втората световна война – доктрина, според която свободата на медиите е не само вътрешен демократичен принцип, но и инструмент на „меката сила“ в международните отношения.

Натискът върху свободата на словото в други държави често се тълкува като белег на авторитаризъм. В САЩ, обаче, демократичните институции, разделението на властите и свободният медиен пазар ограничават възможността за пряко установяване на диктатура. Въпреки това, реторичният модел на Тръмп е сходен с този на авторитарните лидери – той създава образ на „вътрешен враг“ и се стреми да подкопае общественото доверие в независимите източници на информация. Медийните критици и неправителствени организации го определят като опит за овладяване на информационния поток и елиминиране на медии, които не са в унисон с политическата линия на администрацията. Такива действия показват, че „войната срещу медиите“ надхвърля реториката и се реализира в реални институционални механизми за ограничаване на независимата журналистика. Така Тръмп оставя след себе си модел на управление, при който медиите не са възприемани като коректив на властта, а като политически опонент.

Използвана литература:

1. Ковачева, Ралица (2025) „Прекрасният нов свят“: медии без журналистика за публики от фенове. В: *Медialog*, Vol. 18, pp. 42-70. [Kovacheva, Ralitsa (2025) „Prekrasniyat nov svyat“: medii bez zhurnalistika za publiki ot fenove. V: *Medialog*, Vol. 18, pp. 42-70.]
2. Cervi, Laura, Tejedor, Santiago and Villar, Mónica Gracia (2023) *Twitting Against the Enemy: Populist Radical Right Parties Discourse Against the (Political) “Other”*. In: *Hate Speech, Demonization, Polarization, and Political Social Responsibility*. Vol 11, No 2. Достъпен от:

<https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/6391/3209>
(Прегледан: 25.10.2025).

3. Canan, Penelope and Pring, George W. (1988) Strategic Lawsuits against Public Participation. B: *Social Problems*. Vol. 35, No. 5 Oxford University Press. Достъпен от: <https://www.jstor.org/stable/800612> (Прегледан: 25.10.2025).

4. Committee to Protect Journalists (2025) *Trump's first 100 days portend long-lasting damage to press freedom*. Достъпен от: <https://cpj.org/2025/04/trumps-first-100-days-portend-long-lasting-damage-to-press-freedom/> (Прегледан: 25.10.2025).

5. Downie Jr., Leonard and Sugars, Stephanie. (2020) The Trump Administration and the Media: Attacks on press credibility endanger US democracy and global press freedom. Достъпен от: https://cpj.org/wp-content/uploads/2020/04/cpj_usa_2020.pdf (Прегледан: 25.10.2025).

6. Elliott, Brian (2021) *The roots of populism Neoliberalism and working-class lives*. Manchester University Press.

Happer, Catherine, Hoskins, Andrew and Merrin, William (Eds.) (2019) *Trump's Media War*. London, UK, Palgrave Macmillan.

7. Hunston, Susan (2017) *Donald Trump and the language of populism*. Достъпен от: <https://www.birmingham.ac.uk/news-archive/2017/donald-trump-and-the-language-of-populism?.com> (Прегледан: 25.10.2025).

8. Kalb, Marvin L. (2018) *Enemy of the people: Trump's war on the press, the new McCarthyism, and the threat to American democracy*. Brookings Institution Press.

9. Karlson, Nils. (2024) Reviving Classical Liberalism Against Populism. Palgrave Studies in Classical Liberalism. Достъпен от: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-49074-3_2?utm_source=chatgpt.com. (Прегледан: 25.10.2025).

10. Keating, David, Knowles-Gardner, Helen and Greenberg, Dan (2025) *Anti-SLAPP Statutes: 2025 Report Card*. Достъпен от: <https://www.ifs.org/anti-slapp-report/> (Прегледан: 25.10.2025).

11. Lacatus, Corina and Meibauer, Gustav (2021) *Crisis, Rhetoric and Right-Wing Populist Incumbency: An Analysis of Donald Trump's Tweets and Press Briefings*. Cambridge University Press.

12. Liedke, Jacob and Shearer, Elisa (2025) *Many Americans who generally distrust national news organizations still express trust in certain outlets*. Достъпен от: https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/09/02/many-americans-who-generally-distrust-national-news-organizations-still-express-trust-in-certain-outlets/?utm_source=chatgpt.com (Прегледан: 25.10.2025).

13. Moffitt, B. (2016) *The global rise of populism: Performance, political style, and repression*. Stanford University Press.

14. Schroeder, Ralph (2019) Digital Media and the Entrenchment of Right-Wing Populist Agendas Достъпен от: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119885328> (Прегледан: 25.10.2025).

15. Rome, Andrew (2016) *Green Mountain Balancing Act: Exploring the constitutionality of Vermont's anti-SLAPP statute*. Достъпен от: <https://lawreview.vermontlaw.edu/wp-content/uploads/2017/01/08-Rome.pdf> (Прегледан: 25.10.2025).

16. Verza, Sofia (2018) *SLAPP: the background of Strategic Lawsuits Against Public Participation*. Достъпен от: <https://www.ecpmf.eu/slapp-the-background-of-strategic-lawsuits-against-public-participation/> (Прегледан: 25.10.2025)

Използвани източници:

17. Сбирка IUS et PAX (2023) Сайт по римско право. [сайт] Достъпен от: <https://iusromanum.info/2023/03/23/ius-et-pax/> (Прегледан: 25.10.2025). [Sbirka IUS et PAX (2023) Sayt po rimsko pravo. [sayt].

18. Театър Нокс (2023) Странният живот на Хенрих Ибсен. Достъпен от: <https://theatrenox.com/index.php/2023/02/12/henrik-ibsen/> (Прегледан: 25.10.2025). [Teatar Noks (2023) Stranniyat zhivot na Henrih Ibsen].

19. Militaer Actuell (2024) Достъпен от: <https://militaeraktuell.at/en/stalins-policy-persecution-in-the-soviet-union/> (Прегледан: 25.10.2025)

Д-р **Десислава Сотирова** е главен асистент в катедра „Радио и телевизия“ във Факултета по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Автор е на монографията „Събитията в рамка. Медийно отразяване на евроатлантическата интеграция на Западните Балкани (1999 – 2018 г.)“ (2022) и множество научни публикации. Изследователските ѝ интереси са в сферата на телевизионната комуникация, международната журналистика и медийните изследвания.

Desislava Sotirova, PhD., is a Chief Assist. Prof. in the Department of Radio and Television at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski”. She is the author of the monograph “Framed Events. Media Coverage of the Euro-Atlantic Integration of the Western Balkans (1999-2018)” (2022) and numerous scientific publications. Her research interests are in the fields of television communication, international journalism, and media studies.

ОБРАТИ В КЛАСИЧЕСКИТЕ ТЕОРИИ НА МАСОВАТА КОМУНИКАЦИЯ.

ЧУВСТВИТЕЛНОСТ КЪМ ПРОПАГАНДАТА

НИКОЛА АТ. ВЕНКОВ-РОУЗ

SHIFTS IN CLASSIC THEORIES OF MASS COMMUNICATION. THE SENSITIVITY TOWARDS PROPAGANDA

NIKOLA A. VENKOV-ROSE

e-mail: nikola.venkov@ips.bas.bg

ORCID: 0000-0003-4314-7662

DOI <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.87-108>

Резюме: Развитата през XX в. в САЩ наука за масовата комуникация е представяна в университетските програми като линеен прогрес към все по-точно и обективно знание, а редица теоретични и исторически обрати са поставени в скоби. Настоящата статия се фокусира върху смяната на парадигми, като подчертава, че става дума не просто за еволюция на научни теории, а за пренареждания на властови констелации, обществени знания и политически интереси. Статията запълва празнина в българската литература по медийни изследвания, представяйки по-нови автори, които ревизират историята на науката за масовата комуникация, но и критикуват господстващата парадигма за „ограничените ефекти“ на медийното въздействие и съществуващите „комуникационни модели“. Взаимодействието между научните обрати и обществените йерархии е разгледано чрез промените в значимостта на понятието за „пропаганда“ във времето. Изследванията на масовата комуникация започват именно с пропагандата, но в средата на XX в. тя изчезва от полезрението на учените, за да бъде преоткрита днес в нов обществен контекст. Тези промени не са случайни.

Ключови думи: Социология на медиите, медийно въздействие, ограничени ефекти, подкожна инжекция, Лазарсфелд

Abstract: Mass communication theories, developed in the 20th century in the US, are often represented in university programs as a linear progression towards increasingly rigorous and objective knowledge, whilst significant theoretical ruptures and historiographical complexities are elided. The present article focuses on the paradigm shift, emphasizing that they constitute not merely the evolution of scientific knowledge, but realignments of political interests, relations of power, and social knowledge. The article addresses a gap in Bulgarian media studies by examining revisionist scholars who challenge the field's received history and critique the classical "limited effects" paradigm, as well as the existing "communication models". The social impact of theoretical shifts is examined through tracing the significance of the concept of "propaganda" over time. Research into mass communication began with this very concept, yet by mid-century the latter had vanished from scholarly view, only to be rediscovered today in a transformed social context. These shifts are far from coincidental.

Keywords: Sociology of media, media effects, limited effects, hypodermic needle, Lazarsfeld

Медиите, независимо дали са печатни, онлайн или електронни, оказват огромно влияние върху видимостта на едно или друго алтернативно обяснение за даден социален проблем. Медийните разкази (Попова, 2017) в голяма степен оформят „природата“ на проблема; приписват едни или други причини на ставащото; и по този начин подсказват на публиката „възможните“ или

„правилните“ решения. В немалка степен от тях зависи дали някакво недоволство ще се превърне въобще в обществен и политически проблем или ще остане „частно“, невидимо.

Социологията на медиите се интересува от влиянието, което масмедията оказват върху обществото и отделния човек, като още от края на XIX в. в индустриализираните държави се смята, че това влияние се е превърнало в господстващо и дори монополно. Различни теоретични направления са се вълнували от въпроса: Франкфуртската школа от първата половина на века, британските културни изследвания след войната, критическият дискурсен анализ в последната четвърт на XX в.¹ Фокусът на тази статия е върху традицията, основана на строго емпирични, количествени проучвания, възникнала като част от развитието на количествената социология в САЩ и наложила се от средата на XX век насам като най-авторитетна в медийните изследвания. Тя е известна като „изследвания на масовата комуникация“ (mass communication research), а тук ще се занимаем с това, което наричам нейните ранен и класически периоди от 1920-те до 1960-те години (срв. Esser, 2008).

Докато другите гореспоменати школи са значими в културологията, теоретичната социология и други по-скоро критически ориентирани области на социалнонаучното познание, науката за масовата комуникация продължава да има голямо влияние в политологията, в самите медийни изследвания и в обучението по журналистика. Известни парадигми от последната трета на XX в., като теорията на дневния ред, медийния прайминг, култивационния анализ и други, са обобщавани обикновено като „изследвания на политическата комуникация“ (political communication research), които са по-тесен тематичен фокус на науката за масовата комуникация (Nimmo, 1981).

Всички прегледани от мен български учебници по социология на медиите и теории на медийното въздействие (Алфандари, 2012; Михайлова, 2016; Пейчева, 2013; Петев, 2001, 2004; Стоянов, 2016; Чакалов, Бондиков, 2015) наблягат на класическия период на науката за масовата комуникация и го представят, следвайки каноничния разказ в американските университетски катедри. От 70-те години насам обаче започват да се чуват критични гласове, които подемат

¹ Най-известните представители на тези школи са съответно Теодор Адорно (Kellner, 2012), Стюърт Хол (Hall, 1980) и Норман Феркло (Fairclough, 1992).

ревизиране на каноничната история. Те отчасти „детронират“ теориите за масовата комуникация и чисто количествената перспектива в изследванията. Тази ревизионистична вълна почти не присъства в българската литература (изключение е едно кратко споменаване в Михайлова, 2016). Основна задача на настоящата статия е да попълни тази празнина, но и да коментира политическите залози във видимостта на едни или други теоретични парадигми.

Моят личен интерес към проблематиката възникна покрай заниманията ми с възобновената през последното десетилетие популярност на понятието „пропаганда“, което отново става фокус на многобройни научни и експертни публикации, измествайки по актуалност по-скорошни понятия като „постистина“ и „фалшиви новини“ (Venkov-Rose and Medarov, 2025). В хода на моето запознаване с миналото на комуникационните теории открих, че в първата половина на XX век пропагандата е била централно понятие, организиращо интереса към изследване на масмедииите. В средата на века обаче то изненадващо изчезва от полезрението на учените, за да бъде преоткривано отново днес. Така втората задача на статията е да проследи промените в статуса на понятието „пропаганда“ в изследванията на медийното въздействие, като потърси връзка с промените в обществената позиция и политическите съюзи на самите учени. В заключението поставям въпроса дали има паралели и контрасти в социалните условия за съвременния бум на антипропагандния дискурс и този при зараждането на теориите за масовата комуникация и дали това може да ни помогне да разберем по-добре своята социална ситуация (такова оглеждане през епохите започна вече Медаров, 2023).

За разлика от учебните текстове, представящи прогресия към едно сякаш все по-точно и обективно научно знание, са събрани анализите на различни автори в едно навиващо се в спирала движение из историческите епохи на XX в., което разколебава линейната обективност. Резултатът е културна история на обрати в мисленето за медиите, масите, властта и пропагандата.

Пропаганда или ограничено въздействие на медиите? Смени на парадигмите през XX в.

Според каноничната история на теориите на масовата комуникация, основите на научното поле са поставени в междувоенния период от социологически наивните теории на „магическия куршум“ (magic bullet theory) или „подкожната инжекция“ (hypodermic needle theory). Те разглеждат въздействието на посланията на масмедията и пропагандата върху обществото, подобно на всепроникващ, „магически“ куршум, променящ възприятията на хората за света. Наскоро развитото се към онзи момент „масово общество“, резултат на сериозно напредналата индустриализация и урбанизация, се смята за съставено от атомизирани индивиди, които са уязвими за налаганите им идеологии. Влиятелно е краткото критично описание на тези теории в книгата на Елиу Кац и Пол Лазарсфелд от 1955 г., според които тази „наивна“ наука от междувоенния период се ражда под влияние на популярните представи за мощта на печата и на току-що разпространилото се радио (тук бих добавил и Холивудското кино)². Притесненията около влиянието на новите медии върху умовете на хората се пресичат с непосредствения опит от мащабните усилия за държавна пропаганда през Първата световна война³, както и с фаталистичните социални теории на XIX в. за разпада на общностните връзки в индустриализиращите се нации и заместването им от нови, неперсонални форми за социален контрол (Katz and Lazarsfeld, 2017, pp. 69-71). Кац и Лазарсфелд не използват имената „теория на магическия куршум“ или „теория на подкожната

²Обществената възбуда и тревогите от това, което ще донесат новите тогава технологии на радиото и киното, ми се струват аналогични на очарованието, което предизвиква в днешния ден навлизането на „изкуствения интелект“ у коментатори, техно-утописти и популярна култура. За надмощие в публичното пространство се борят апокалиптични и утопични сценарии – като крайните прогнози със сигурност носят по-голямо внимание.

Изглежда всяка нова медийна технология предизвиква своята вълна от морална паника за разрушителното ѝ въздействие върху населението – и особено върху подрастващите. Днес се тревожим за ТикТок и социалните медии; през 2000-те г. това бяха възпитаващите в агресия компютърни игри; през 1960-те години в медийните изследвания в САЩ възниква цяло поле на „култивационния анализ“ с фокус върху страха и насилието, насаждани от телевизията чрез екшън филмите и непрестанните новини за престъпност. Може би първите големи, добре-финансирани проучвания в полето на масовата комуникация са т.нар. “Payne Fund” изследвания от началото на 30-те години за вредите от ходенето на кино върху съня, моралните принципи и девиантното поведение на децата и младежите. Да не забравим и оплакването на Габриел Тард през 1898 г. (когато новата медия е все още масовият всекидневен вестник) за отражението на вестникарските съдебни и полицейски хроники върху умствената дисциплина на учениците. И така, сблъскваме се или с исторически инвариантно недоверие към новото и трансформацията на възприятията ни, или с действително едно непрестанно задълбочаване на деконструиращата канонада върху умовете и ценностите ни от всяка нова комуникационна технология, което прави предходните етапи да изглеждат идилични в сравнение.

³Наистина, първите коментатори по темата и в последствие автори на изследвания са редактори и журналисти, работили в новосъздадените военновременни държавни отдели за пропаганда. След края на войната те са лично разтревожени от огромната власт, която тези нови методи предоставят. Известните имена са Уолтър Липман и Едуард Бернайс, но редица други автори споделят тази житейска траектория – Уил Ъруин, Хебър Бланкхорн и други (Sproule, 1991, pp. 214-16).

инжекция“, нито коментират конкретни автори, а говорят общо за всички изследвания върху масмедията до онзи момент:

Тяхната представа беше, първо, за атомизирана маса от милиони читатели, слушатели и кинозрителни, готови да приемат Посланието, и второ, те си представяха всяко Послание като директен и мощен стимул за действие, който би предизвикал незабавна реакция. Накратко, средствата за комуникация бяха разглеждани като нова обединяваща сила – един прост вид нервна система – достигаща до всяко око и ухо в общество, характеризиращо се с аморфна социална организация и оскъдност на междуличностните отношения (Katz and Lazarsfeld, 2017, p. 70)⁴.

През 1940-те и 50-те г. Лазарсфелд, Кац и други техни колеги критикуват „наивните теории“ и обръщат махалото в другата крайност с теория за „ограничените ефекти“ на медиите. С поредица мащабни социологически проучвания те се стремят да покажат, че средствата за масова информация не действат на слушателите изолирано от социалната им среда и обкръжение, а имат само допълващо въздействие, като променят пряко възгледите само за малък процент от целевите аудитории. Монографията на Кац и Лазарсфелд от 1955 г. публикува резултатите от проучването „Декатур“, проведено през 1945-46 г. в малък американски град. Авторите постулират „двустепенен поток на комуникацията“, според който американците се влияят преди всичко от мнението на своите приятели, познати и съседи (следователно тук не се смята, че живеят в атомизирано общество!). Всички четат вестника, но повечето хора са скептични към новите идеи или са недостатъчно смели, като имат повече доверие на познатите около себе си и се съветват с тях. В тези общности се открояват т.нар. „лидери на мнение“, които първи възприемат „новото“, предлагано от медиите. Едва чрез междуличностните връзки и всекидневното общуване на „лидерите на мнение“ с околните им, то се разпростира и към останалата част от населението (пак там; вж. също Пейчева, 2013, с. 242-50; Петев, 2004, с. 50-54).

Нека отбележа, че въпреки заявките си, в действителност, комуникационният модел за „двустепенния поток“ не отрича огромното влияние

⁴Собрикетът, „подкожна инжекция“, е използван често в други публикации на Бюрото по приложни социални изследвания, където Лазарсфелд е директор, а Кац първоначално е докторант. За пръв път се среща в доклад на Кац от 1953 г., в следния вид: „преувеличавайки само малко, [...] „моделът“ на убеждаващия процес в изследванията [...] прилича на гигантска подкожна инжекция“ (Katz, 1953 цит. в Lubken, 2008, pp. 22-23). (превод – мой)

на медиите върху възприятията на американците, а само „забавя“ и разчленява на степени механизма на това влияние, като настоява за отчитането на един все пак важен фактор: социалността и междуличностните отношения⁵. Не това е начинът, по който теорията бива четена обаче (Lang, Lang, 2006). Тя успешно налага в следвоенния период едно доминиращо омаловажаване на упражняваната от медиите власт. Парадигмата на „ограничените ефекти“ доминира безпрекословно от 50-те до 80-те години, а в някои среди и до днес, и се идентифицира с класическия връх на теорията на масовата комуникация. Множество научни работници и изследователски центрове в Щатите по това време изработват цял арсенал от понятия, модели и теоретични инструменти. Най-обстойно, с немалкия брой автори, които оставят имената си в канона – Уилбър Шрам, Джоузеф Клапер, Карл Ховланд и други – българският студент може да се запознае в книгата на Добринка Пейчева (2013).

Методологическа критика на класическите теории на масовата комуникация. Срещу позитивизма на медийната наука

В по-широка перспектива от тази, с която боравех досега, Кац и Лазарсфелд имат решаващо значение за утвърждаване на изследванията на медиите, но и на американската социология по-общо, в руслото на радикално позитивистката „поведенческа наука“ (известна още като „бихейвиоризъм“)⁶. Основен постулат на последната е, че за да стане психологията обективна и измерима наука, трябва да се изучава двойката „експериментален стимул – предизвикана реакция“ и така да се открият общите закони на поведението. Напредъкът, който изследването „Декатур“ осъществява, е критиката към представата за „масовото общество“, при която всеки индивид взаимодейства сам с обществените феномени, по бихейвиористкия модел „стимул – реакция“. Кац и Лазарсфелд призовават да се вземе предвид социалното обкръжение на индивидите, което може да въведе непредвидени в моделите реакции на субектите, но запазват останалите допускания на бихейвиористкия позитивизъм.

⁵ „Лидерите на мнение не са отделна група, водачеството не е характеристика, която притежават едни хора, а други не. То е неразделна част от взаимния обмен на всекидневните взаимоотношения. С други думи, всички междуличностни отношения са потенциални мрежи за комуникация“ (Katz, Lazarsfeld, 2017, p. 98).

⁶ Поведенческата наука е критикувана като „част от психологията, в която няма психология“ (Бояджиев, 2016). Развита е през 20-те г. от американеца Джон Уотсън, вдъхновен включително от експериментите на Иван Павлов върху условния рефлекс.

И поведенческата психология, и позитивистката социология, и новите медийни изследвания от средата на века се вписват в общия стремеж в американските социално-научни полета през XX в. за причисляване към символния капитал на естествените науки (Steinmetz, 2005). Търсенето на научна легитимност води до привилегироване на математизираните количествени методи и изоставяне на философските и холистичните въпроси за сметка на универсализиращи псевдоматематически „модели“. Познанието на такава наука изглежда „обективно“, но фрагментарно: тя безспирно натрупва зависимости между величини в конкретни експериментални постановки, но предсказващата мощ на моделите, които трябва да уловят същината на социалния феномен, постоянно се разпада сред вариативността на параметрите в коя да е човешка популация.

В края на 70-те години, като част от вълната критика към доминиращата позитивистко-емпирична социология, Тод Гитлин (Gitlin, 1978) разглежда методологическите несъстоятелности в работата на Кац и Лазарсфелд и поставя под въпрос тезата за „ограничените ефекти“. Част от критиките на Гитлин са: авторите разбират като „влияние“ върху участниците единствено краткосрочна промяна в нагласите им; виждат властта по един много ограничен начин единствено като междуличностно отношение, при това като дискретна транзакция; пренебрегват перспективата към медийната система като цяло – тя се превръща в неоспорвана и невидима предпоставка в изследването (Gitlin, 1978, pp. 213-218).⁷ Тези и други проблеми съкращават хоризонта на изследователя във времеви, емпиричен, и концептуален план и действително правят влиянието на медиите върху експерименталните субекти трудно за откриване.

Самите автори признават във въведението на труда си, че има много други модалности на въздействие от страна на средствата за масова информация, но те ще се ограничат само до краткосрочните ефекти. Забележително е, че обосновават решението си не с друго, а поради утилитарните, според тях, приложни цели на научна си област:

⁷Симптоматично е, че въпреки голямата известност на книгата на Кац и Лазарсфелд, проявата на внимание към методологическите детайли на изследването им е изключителна рядкост. Ланг и Ланг (Lang, Lang, 2006, p. 166) прегледат сто цитиращи публикации и откриват само две, които се спират на методологията на проучването. Сред тях е статията на Гитлин.

От най-ранното теоретизиране по този предмет [медийните изследвания] до най-актуалната съвременна емпирична наука, на практика има само един съществен въпрос (той може не винаги да е експлициран) и това е „какво могат медиите да „постигнат“? [...] Погледнете рекламодателя, директора на радио или пропагандиста, или образователния активист [the educator]. Тези поръчители на изследвания се интересуват просто от въздействието на тяхното послание върху публиката.

[...] Можем безопасно да кажем, че от всички типове въздействия, които някога са били обсъждани или концептуализирани, поръчителите на изследвания (чиито цели лежат в основата на голяма част от масмедийната наука) избират в общия случай само един вид въздействие и обръщат внимание почти изключително само на него. Това, което подсказваме е, че основният фокус при изучаването на масовите медии е да се разбере доколко успешни са техните опити да въздействат – обикновено да променят – възгледите и нагласите на хората в съвсем кратък период. Това най-точно би могло да се определи като изследване на въздействието на медийните „кампании“ – кампании за влияние върху гласуването, за продажба на сапун, за намаляване на предразсъдъците (Katz и Lazarsfeld, 2017, pp. 70-71).

Ако тук виждаме умело ограничаване на научния обект на изследване, за съжаление, по-късно то е забравено като неотменима предпоставка за изведените резултати. Разбирането за ограничените ефекти на „кампаниите за масово убеждаване“ (mass persuasion campaigns) се превръща в разбиране за ограничените ефекти на медиите по принцип.

Ред други проблематични ходове позволяват на Кац и Лазарсфелд да осъществят амбицията да предложат универсализиращ модел за отношението между медиите и човека, която е заложена в сциентисткия (наукообразния) дух на позитивистката социология. Гитлин отбелязва, че това се постига дори чрез пренебрегване на противоречията в емпиричните данни (Gitlin, 1978, pp. 219-20), въпреки че методическата строгост в работата с данни е най-голямата гордост на позитивистката парадигма⁸. Авторите „обезопасяват“ реторически в изложението си парадоксални разминавания между резултатите при различните измервани

⁸Впрочем проблемите с измерването на въздействие в постановки на проучвания, като тези на Кац и Лазарсфелд, са отбелязани и от автори в самата парадигма на ограничените ефекти (Sears, Freedman, 1967, p. 200).

теми, които би трябвало да отслабят заявката за универсална закономерност (темите са четири: мода, покупки в магазина, ходене на кино и позиции по обществени проблеми). Подминават в анализа си последствията от отбелязвания от самите тях резултат, че при обществената тема, „58% от [регистрираните промени на мнението] изглежда са направени без намесата на някакъв запомнен личен контакт и са били, много често, в зависимост от масмедияте“ (Katz и Lazarsfeld, 2017, р. 287). С други думи, медиите надделяват над междуличностните отношения именно в областта, която е от най-голям интерес за изследванията на пропагандата и политическата комуникация, като получават такива данни дори при много ограничени разбирания за това какво е „влияние“, но в края на краищата този резултат е пренебрегнат при изграждане парадигмата за ограничените ефекти (Gitlin, 1978, р. 219).

Тод Гитлин, впрочем, не се спира върху цялостната постройка на изследването „Декатур“, чиято специфичност рядко се обсъжда при представянето на модела за двустепенния поток: интервюирани са само жени в провинциално американско градче. Кац и Лазарсфелд съобщават, че сред повлияните от социалното си обкръжение участнички (останалите 42% от запитаните), в две трети от случаите влияещите личности се оказват вътре в семейството и почти винаги са ...съпрузите им, или бащите, когато са все още неженени (пак там, с. 284). В патриархалното американско общество от малкия град през 1940-те г. намирам за впечатляващ пробива от 58% пряко значение на печата и радиото срещу мнението на главата на семейството и смятам, че това трудно може да се подведе под интерпретацията за „ограничен ефект“.

Критиката на Гитлин към работата на Кац и Лазарсфелд е замислена като част от по-широко оспорване на хегемонията на позитивистката парадигма в медийните изследвания по онова време:

Господстващата социология на масовите комуникации не може да схване някои фундаментални черти на своя предмет. Повече от това: тя ги скрива, редуцира, понякога ги изтрива от действителността чрез самите си дефиниции и в резултат поддържа съществуващата система на собственост, контрол и цели на масмедияте. [...]

Тя разглежда „ефектите“ на телевизионните програми в бихейвиористки маниер, при това дефинирайки „ефектите“ толкова ограничено, микроскопично

и пряко, че да направи много вероятно проучванията да покажат, в най-добрия случай, наличието на съвсем слаби ефекти. Поставя на централно място краткосрочните „ефекти“ като „измерителни единици“ за „значимостта“ – най-вече понеже тези „ефекти“ могат да бъдат измерени в стриктния смисъл на повторимите бихейвиористки експерименти. По този начин тя отклонява вниманието от по-мащабните социални значения на масмедийното производство (Gitlin, 1978, pp. 205-6).

Благодарение на Пол Лазарсфелд, Робърт Мъртън, Елиу Кац и останалите от групата около Бюрото по приложни социални изследвания към Колумбийския университет в Щатите, науката за масовата комуникация става част от позитивистко-емпиричната социология. Михайлова (Михайлова, 2012, с. 123-24) посочва, че разрывът между критическата социология и изследванията на медиите (особено засилен в България след 1989 г.) се дължи на възприетото позитивистко разбиране, че медийното въздействие може да се отдели като център на самостоятелна научна дисциплина. Те „късат връзките в структурата на науката“, като изоставят „общата теория“ (grand theory) като необходимо равнище за интерпретация на емпиричните наблюдения, а едновременно с това поставят в скоби винаги ситуационния контекст на социалното взаимодействие.

На този етап изглежда, че изчезването на идеята за „пропаганда“ е страничен ефект от представата за нищожното въздействие на убеждаващата комуникация поради късия хоризонт на господстващата методологическа парадигма, който признава единствено добре поставени, краткосрочни, дискретни проблеми за изследване.

Втора вълна ревизионисти на каноничния разказ за теориите на комуникацията

В средата на века Лазарсфелд, Кац и колегите им създават картината на преход от „несоциологически“ теории за директното въздействие на масмедийните („теории на подкожната инжекция“) към „емпирично обоснована“ социална наука, която доказва слабото влияние на медийната комуникация. Съвсем скоро след това техни колеги съставят първите монографии-прегледи на новата научна област и чрез тях утвърждават господството на тази картина (вж. Pietilä, 1994, pp.

347-48)⁹. Тя остава актуална и до днес в стандартните текстове и уводните курсове по медийни изследвания.

В края на 70-те г. започва оспорването на претенцията за превъзхождащата научност на позитивистично-емпиричния подход. Критическите подходи постепенно си възвръщат част от територията в американските катедри. Няколко години след първата атака на Тод Гитлин обаче интригата се усложнява. През 80-те и 90-те години се появяват гласове, които твърдят, че самото съществуване на парадигма за „подкожното въздействие“ на медийните послания е в голяма степен измислица, чучело, нагласено от авторите на заместилата я теория, по което те да могат да бият, за да обосноват по-ефектно приноса на своите нови възгледи (Sproule, 1989, p. 226). За да изградят „въобразената“ ранна история на полето и да я делегитимират като почиваща на вяра в неограничената мощ на медийната пропаганда, те смесват тезите на единични учени, чиито работи действително могат да се разглеждат като теории на масовата комуникация, с едно широко и разнородно интелектуално движение от изследователи и активисти, предупреждаващи в годините след Световната война за заплахата от новата социална технология на пропагандата. Спрул се заема с реабилитацията на втората група, която обозначава като „прогресивни критици на пропагандата“. Неговата ревизия на каноничния разказ¹⁰ разкрива как статусът на понятието „пропаганда“ се променя в зависимост от общественото позициониране на науката за медиите – теза, която ще обсъдя и в оставащите параграфи.

Бурно развиващото се в междувоенния период обществено-интелектуално движение на „критиците на пропагандата“, издава многобройни памфлети, книги и анализи, като прави журналистически разследвания, но и развива методите за научни проучвания. Представителите му смятат пропагандата за огромна заплаха, но според Спрул никога не са утвърждавали, че обществото е беззащитно за посланията отправяни през медиите. Техният патос е отправен не към въздействието върху масите, а към действията на елитите. „Социологическият модел“ на критиците е прост и стъпва на либерално-прогресивната традиция в Щатите от края на XIX в., с присъщия ѝ оптимизъм относно адекватната

⁹Става дума за издания като „Ефектите на масовата комуникация“ (Klapper, 1960) и „Теории на масовата комуникация“ (DeFleur, 1966).

¹⁰Тук ще проследя аргументите на Спрул. Допълващите тези на други ревизионистки автори са достъпни в по-късни дебати по темата (Pietilä, 1994, pp. 351-53; Pooley, 2006).

политическа култура и прогресивния потенциал на американското население. Характерният за европейските социологии образ на „немитите, отчуждени маси“ (пак там, с. 228) не намира почва в американския интелектуален контекст, а влиянието на тези теории е приписано на критиците на пропагандата от по-късните им академични опоненти¹¹.

Американската демокрация е под заплаха не от ирационално и лесно за манипулиране население, а от това, че новите технологични и социални развития в настъпващата „модерна епоха на лъжите“ (Irwin, 1919, цит. пак там, с. 229) дават преимущество на няколко мощни обществени групи – едрия бизнес, политическата олигархия и медиите – които все по-често се сдружават тактически. Критиците се надяват да опазят обществото от „повелителите на пресата и техните платени писачи, от магнатите, спонсори на радио пророците“ (Seldes 1987, цит. пак там, с. 236) по един действително прогресистко-либерален път: чрез масово образование¹². Те се захващат в немалък мащаб с това, което днес бихме нарекли „обществена наука“ (public science)¹³. Основаният през 1937 г. „Институт за анализ на пропагандата“ издава месечен бюлетин, чийто абонати достигат десетки хиляди, подготвя образователни материали за училищата, които са доставени до един милион ученици (пак там, с. 236), организира публични лекции в различни градове, повлиява професионалната етика на много американски журналисти (Fondren, 2021, p. 269).

Знаков пример за ориентацията на критиците на пропагандата към машинациите между медии, икономически и политически елити е разследването на генералната стачка в стоманолепарната индустрия от 1919 г., с център в град Питсбърг. Тогава вестниците внушават, че стачката е заплашваща държавата „болшевишка революция“ (в контекст, когато само две години по-рано болшевиките са сложили край на Руската империя). Оказва се, че насаждането на „червена паника“ от вестници като *Ню Йорк Таймс* и *Вашингтон Поуст* и от министри във федералното правителство не е случайно – то е поръчано от засегнатите индустриални корпорации, за да подготвят въвеждането на

¹¹Става дума за теориите на тълпата (на Льобон), аномията (Дюркем), отчужденото общество (Тьонис) и други предтечи на концепцията за „масовото общество“ (за представянето им в каноничния разказ вж. Vineham, 1988, pp. 233-34).

¹²Тяхната либерално-прогресистка визия за обучение в „пропагандна грамотност“ има много паралели с призивите за „медийна“ и „информационна грамотност“ днес (Fondren, 2021).

¹³Въпросът какво означава да правим обществена социална наука днес е обсъждан от редица съвременни автори и практики (Fassin, 2015 и von Holdt, 2022, а в български контекст – Venkov-Rose, 2024).

официално военно положение в съответните градове. Друг споделен от Спрул пример е разкриването на десетилетните усилия на Асоциацията на частните електрически компании (включваща Дженеръл електрик и други) в борбата им срещу обществените електроцентрали, съществували дотогава в много американски градове. Разследванията показват, че асоциацията влага огромни годишни бюджети в местни медии, като изисква да се очернят политици и градски управи, и има влияние дори върху кадри в образованието и предоставя учебни материали в щатските училища (Sproule, 1989, p. 230)¹⁴. Днес такъв тип разкрития за мащабно компрометиране на американските медии са рядкост и ни изглеждат изненадващи.

Как последователите на позитивистката социология успяват да превърнат тази прогресивна традиция в карикатурата „теории на подкожната инжекция“? Ревизионистите посочват, че не само Кац и Лазарсфелд не цитират конкретни заглавия и автори, заклеявайки една абстракция – така изглеждат практически всички публикации от техните колеги (Bineham, 1988, p. 235; Pietilä, 1994, p. 349). Нещата продължават така и до днес, като в най-новия учебник, с който се консултирах, се уточнява, че под „теория на магическия куршум“ се имат предвид не толкова академични изследвания, колкото популярни представи на времето (DeFleur, DeFleur, 2022, pp. 140-52). Единствените автори от ранния период на теориите за масовата комуникация, които попадат в каноничния разказ, са именно онези, които не споделят ценностите на критическото движение и остават по периферията му или извън него. Те развиват обективистки интерес към въздействието на пропагандата върху самата публика, привнасят европейската социология на „масовото общество“ или се вдъхновяват от опростените поведенчески модели за стимул-реакция на бихейвиоризма (Sproule, 1989, p. 232): става дума за Едуард Бернайс, известен като „баща“ на „връзките с обществеността“ (книгата му от 1928 г. е откровено озаглавена „Пропаганда“, но след войната е потърсен евфемистичния израз) и Харолд Ласуел, чиято първа формулировка на „комуникационен модел“ задава характера на начеващата наука и стои в началото на всеки стандартен текст. И двамата издават трудове, посветени на пропагандата като техника за въздействие, които се вписват добре в

¹⁴След десетгодишно събиране на доказателства от комисия на американския Конгрес, Асоциацията е принудително разпусната от правителството през 1934 г.

модела на „теорията за подкожната инжекция“ и вероятно са основа за така конструирания образ. Имената им обаче не са асоциирани с тази „теория“ – напротив, те са причислени като водещи фигури в последвалата я парадигма.

Наука, близка до „властовата ос“

Новият дискурс за масовите комуникации от 50-те г. не е случаен – в този параграф ще разгледам накратко анализите как той служи на определени икономически и политически интереси. Разбира се, известно е, че теориите не са неутрални познавателни инструменти, те винаги са вплетени в конкретни властови отношения, които определят кои гласове се чуват, какви обяснителни модели се налагат, какви критики се заглушават. Преглеждайки българските учебници – а те успяват да представят канона като обективно-универсално социологическо знание по един особено синтезиран и натрапчив начин¹⁵ – ми направи впечатление неизменната архитектура на обществото, в която оперират представените там автори. Медите и аудиторията присъстват заедно с един неизказан трети участник: властовата ос, която отправя посланията, преминаващи през средствата за масова информация, за да достигнат до американското провинциално градче.

Въвеждам свое работно понятие, за да избегна дискутирането на една или друга социологическа теория за обществените йерархии. Възможно е да заместим „властова ос“ с „обществени елити“, може би „управляващ блок“ (по Грамши), или, следвайки Бурдийо – с „поле на властта“, съпоставящо доминиращите позиции между различните социални полета. Работният термин набляга единствено на това, че не трябва да мислим властта като единен център в организационен смисъл, въпреки че е проникната от отношения на консолидация (както и такива на фрагментация и борби). В самите изследвания на масовата комуникация властовата ос остава неназована, но наличието ѝ се долавя поради явната липса на разнопосочност и конфликт в комуникацията.

В употребите на модела за двустепенния поток, „лидерите на мнение“ са определени като „лидери“ чрез тяхното по-бързо и директно възприемане на медийните послания, без да изпитват нужда от допълнително потвърждение от

¹⁵Изключение прави Михайлова (2016), която набляга на методологическия плурализъм в социологията на медиите, като представя Франкфуртската школа, социологията на Пиер Бурдийо и други.

социалното си обкръжение. Но вместо да бъдат обрисувани като лесно поддаващи се на медийно – а следователно и пропагандно – влияние, те се оказват „лица, които използват разумно и критично медиите [...] – те умеят да разбират и да оценяват позициите на другата страна, като по този начин придобиват повече информация и могат да насочват останалите участници в комуникационния процес“ (Петев, 2004, с. 53). Тази смислова конструкция е възможна, само ако изследователи, масмедии и създатели на посланията са съюзници, тоест принадлежат към властовата ос. Веднага бихме усетили това, ако си представим, че ставаше дума за масмедии и послания неприемани от властовата ос: например конспиративни теории или „руска пропаганда“. В такава постановка „лидерите на мнение“ биха разполагали с две възможности: или да запазят водещата си позиция в двустепенния комуникационен поток, оказвайки се тогава податливи на опасни влияния и самите те вредни ретранслатори на пропаганда, или обратно, да защитят репутацията си на „разумни и критични“ и парадоксално да се окажат част от „изоставащата“ група в комуникационния процес. Виждаме, че не може да се запази очевидното за класическите теории единство между лидерство и разумност. Двустепенният модел не работи като аналитична теория, ако бъде изваден от ценностното си центриране във властовата ос.

От властовата ос се очаква да произвежда представи за устройството на света, а от масите се очаква да ги възприемат в една или друга степен, с една или друга скорост. Тази имплицитна архитектура е най-видима в „теорията за разпространение на иновациите“ (diffusion of innovation theory), предложена от един от последователите на Кац и Лазарсфелд, Еверет Роджърс. Той разчленява населението на няколко социални категории: „новатори“ (които измислят „иновацията“), „лидери на мнение“, „ранно мнозинство“, „късно мнозинство“ и „изоставащи“ (Михайлова, 2016, с. 126; Петев, 2004, с. 72). Цялото конституиране на комуникационното взаимодействие внушава движението към нещо ново и по-добро, което ще осигури на субектите успех в един свят на непреклонен технологичен прогрес и взаимна конкуренция. Теориите от класическия период поставят средствата за масова информация в центъра на универсално модернизаторско усилие, насочено към повече или по-малко изоставащите и безучастни маси – своеобразно революционно усърдие на американския капитализъм срещу традиционните социални отношения в неговата провинция по

това време (Gitlin, 1978, р. 242). Онова, което минава през медиите е по подразбиране ползотворно и напредък; следователно онзи, който използва медиите, за да отправя своите послания (а това е властовата ос), е добрият герой. Учените схващат себе си като съюзници на властта, със своята задача да изчислят – и ако е възможно подобрят – резултатите от усилията от страна на властовата ос за целенасочено въздействие върху нейния друг¹⁶.

Контрастът с критиците на пропагандата от междувоенния период е поразяващ. При тях продуктивното политическо действие е позиционирано в широкото американско гражданство, чиято естествена способност и свобода да преценява за себе си правилното обществено-политическо действие е несъмнена, макар и да се намира под засилваща се заплаха от съсредоточията на икономическа и политическа власт. В средата на века имаме значително изместване на научния поглед: продуктивното политическо действие вече се намира при обслужваната от медиите властова ос, която е поставила масите под опеката на благосклонен патернализъм.

Новите консолидирани отношения вътре във властовата ос са способни да гарантират своята невинност, като маргинализират обсъждането на манипулации и пропаганда вътре в националната публична сфера и ги оставят единствено на „чуждите“ държави, онези застрашаващи американския начин на живот. Големите корпоративни масмедии се превръщат от мощни технологии за вътрешна пропаганда не просто в институти на обективната журналистика и правдивото, „прозрачно“ информиране на обществото, а се оказва, че работата им има ограничено въздействие, което не застрашава независимостта на политическите възгледи на гражданите.

Социални условия на прехода към властови позиции

Наблюденията от предишния параграф, основани на анализ на самия научен дискурс, кореспондират с историческата реконструкция на ревизионистките

¹⁶Показателно е, че един от клоновете на теорията на масовите комуникации се развива в пиар- и маркетинговите изследвания (вече споменах Едуард Бернайс), а част от горния речник продължава да ни е познат и днес, седемдесет години по-късно, от обученията по демократизация, овластяване и прочие, където се учим да идентифицираме „лидерите на мнение в общността“ и да ги „привличаме“ към своя политически проект.

автори, която остава да разгледам тук. В средата на века се извършва преход не просто между две теоретични парадигми, а от критична към властта наука към такава, която е приобщена към властовата ос и я обслужва. В този параграф ще посоча „външните“, не собствено научни условия довели до това развитие.

Според Спрул, Втората световна война има мощно трансформационно въздействие върху критиците на пропагандата. Силно обезпокоени от овладелия Европа нацизъм и антисемитизъм, много от тях се включват в служба на държавата и се ангажират с (пропагандните) усилия на президента Рузвелт да се пренасочи американското обществено настроение от неутралитет към желание за военна намеса (Sproule, 1989, p. 237). Оформя се интелектуален и политически консенсус, че критическите анализи на пропагандата са опасни, тъй като провокират разделение в обществото. Промяната в убежденията у критиците не е изцяло по собствена инициатива. Онези, които продължават дейността си, бързо изпадат в немилост. Институтът за анализ на пропагандата се саморазпуска през 1942 г., след обвинения от Комисията за разследване на антиамериканска дейност, че насажда цинично отношение към нацията. Вестници като Ню Йорк Таймс излизат със заглавия: „Изследванията на пропаганда възпитават скептицизъм в три хиляди училища сред нацията“ (Fondren, 2021, pp. 276-80). Надеждата на активистите този тип аналитична обществено ангажирана дейност да бъде отново възобновена след края на войната умира още през 1945 г., когато Институтът е заклеймен от Конгреса като „комунистическа организация под прикритие“. Критичното мислене се оказва опасно не само за военновременното единство, но и за политическия ред след това.

Със замирането на традицията на критическите анализи, на преден план излизат именно типът изследвания и изследователи (Лазарсфелд, Бернайс, Ласуел и други), които в междувоенния период са били възприемани от критиците като обслужващи интересите на корпорациите (Sproule, 1989, p. 238). Без наличието на алтернативни гласове, те се оказват в изключителната позиция да начертаят както бъдещето, така и миналото на дисциплината.

Господството на теориите на комуникацията не би могло да се осъществи обаче, ако подходящата основа за възхода им не е установена по-рано, още преди избухването на войната. Гитлин развива тезата, че 1930-те години са времето на усилено консолидиране на уедрения корпоративен и консуматорски капитализъм

в САЩ, който след войната ще достигне пълния си разцвет като част от пика на американската геополитическата хегемония (Gitlin, 1978, pp. 227, 234). Той разглежда Пол Лазарсфелд като централна фигура за организирането на новата наука, която ще съдейства на възникващата обществена конфигурация. Лазарсфелд е привлечен от Европа чрез познатите ни днес инструменти на проектното финансиране и „мозъчните тръстове“ (think-tanks; Деянова, 2008). Мощната Рокфелерова фондация създава подходящи институционални позиции за него в Принстън и Ню Йорк, като част от амбицията ѝ да отдели от „владеещата университетите примитивна, неутилитарна философия“, една нова позитивистична, емпирична социална наука, да я легитимира и наложи като първенстваща (Gitlin, 1978, pp. 225-29). Но според Гитлин, Пол Лазарсфелд не просто пристига на точното време и място с подходящия набор от математически и социологически умения и специфични научни интереси, а успява да се превърне в активен посредник между различните сектори на властовата ос (държавни органи, възникващи медийни конгломерати, университети, филантропски фондации) и да изкове техните частично сходящи интереси в успешен, единен и институционализиран хегемонен проект (пак там, с. 230-33).

Благодарение на институционализирането на позитивисткия, емпиричен подход, социологията като дисциплина е готова да откликне след войната на мащабните промени в управлението на науката и в управлението на държавата (Steinmetz, 2005, pp. 296-98). В позиция е да се възползва от притока на финансиране от новосъздадените национални научни фондове и многобройните мозъчни тръстове към различни клонове на военните, като задоволява изискванията за доказателствено, наукообразно, с претенции за ефективност знание, на което да се опира разширяващата се, регулираща „държава на благоденствието“. Ако до 1930 г. едва 1,3% от публикациите в *American Journal of Sociology* посочват финансиране от външен източник, през 1949 г. процентът достига 17,4, а през 1960 г. – 51,5 (McCartney, 1971 цит. пак там). Изследванията на масовото въздействие са естествена част от „одържавяването“ на социологическата наука, която по-рано е зависела финансово от корпоративни клиенти, нуждите на определени общности или обществената мисия на филантропи (както в случая с Института за анализ на пропагандата, така и с институтите на Лазарсфелд). Парадоксално, именно присъединяването към една

консолидирана властова ос под правителствена шапка позволява на учените да развият заявката за автономна професия и ценностно-неутрална наука, като игнорират контекста и употребите на произвежданото от тях знание (пак там, с. 298)¹⁷.

Дискусия

Предложеният ревизионистичен преглед на американските изследвания на масовата комуникация разкрива не просто еволюция на научни теории, а пренареждания на властови констелации, обществени знания и политически интереси. Научният дискурс е активен участник в легитимирането или делегитимирането на определени социални и политически разбирания. Смятам, че погледът към тези исторически трансформации ни предлага ред поуки – и дори преки паралели – през които да осмислим изменящата се съвременна ситуация на научно производство върху медии, медийни ефекти, пропаганда и въздействие върху „масите“.

Разгледаният тук случай показва, че за разлика от обичайната заявка за автономност на научното поле, позиционирането на учените в обществената йерархия и тяхното колективно отношение към политическите динамики на епохата могат да изиграят огромна роля за обрат в теориите. В средата на XX в. средният гражданин в американското общество от хуманистичен субект със собствена съвест се превръща в (полу)податлив обект на медийно въздействие и научно планиране с цел оформянето на хармоничен политически ред, така както това е разбрано от мястото на властовата ос. Предишната независимост и „здравомислие“ се превръщат от ядро и източник на американската демократична политическа култура в бавещ иновациите скептицизъм, несъмнено обречен на отмиране (групата на „изоставащите“, при Роджърс, не може да се движи в друга посока освен също към финала).

Днес, от друга страна, една немалобройна част от българското общество се превърна в рамките само на няколко години в опърничави, неразбираеми и попадащи под подозрение маси, които не просто са „изоставащи“ в „адаптацията към новото“, а се привиждат като реална заплаха за един вече не толкова уверен и

¹⁷Деянова (Dejanova, 2020, p.78) обсъжда аналогичен процес на институционализация и одържавяване на науката във Франция в края на XIX в. по време на Третата република, когато университетите са възприемани като институции за социална интеграция на френското общество и университетските учени стават държавни служители.

консолидиран, както в средата на века в САЩ, либерално-демократичен ред. Идеята за вездесеща пропаганда се появява отново, под различни имена („дезинформация“, „постистина“, „руска пропаганда“), но с настойчивия привкус на въздействие като „подкожна инжекция“ върху всички, които не са идеологически ваксинирани. Лишени през този образ от способност за политическо мислене, от независима съвест и в крайна сметка, от разум, несъгласните маси се превръщат в празноглавци (Христов, 2012), интернет тролове (Петрова, 2023) и пропагандни зомбита (Venkov, Medarov, 2025).

Дали можем да разбирате нарастващото прибягване до обективизиращи шаблони-модел за овладенията от пропагандата и в научния, и в интелектуалния, и в поп-политическия дебат у нас, като промяна в себепознанието на производителите на съответния дискурс? От съучастие в една фундаментална общност (дали национална, общественостополитическа или просто унаследена общност на житейския опит и съвместното мечтаене за по-добро бъдеще), все повече към идентификация с определен властови проект в условията на разпадане и убягване на общото? Ролята на социалните учени след 1989 г. винаги е била двузначна, съвместяваща рефлексивната критика на социалната ситуация с производството на експертни доклади и стратегии за управление. Дебатите относно пропагандата обаче показват решителното им присъединяване към залозите на властовата позиция за сметка на разбиращата, субективизираща перспектива. Този преход остава донякъде неразпознат от самите тях, защото за разлика от консолидираната властова ос в САЩ от средата на века (обединяването на медии, учени и бизнес- и политическа олигархия в един „добронамерен“ към средните класи там патерналистичен модел), интелектуалните елити у нас не виждат своя съюзник в пряко разполагащите с политическата и икономическата власт (в дадения момент).

Използвана литература:

Алфандари, Елиезер (2012) *Социална теория на масовата комуникация и медиите: Журналистиката като социален феномен и социална практика*. София: SUDIGITAL, Софийски университет „Св. Климент Охридски“. [Alfandari, Eliezer (2012) *Sotsialna teoria na masovata komunikatsia i mediite: Zhurnalistikata kato sotsial en fenomen i sotsialna praktika*. Sofia: SUDIGITAL, Sofiyski universitet „Sv. Kliment Ohridski“.]

Бояджиев, Валентин (2016) *Класически бихейвиоризъм. Идеи и възгледи на Джон Б. Уотсън*

- (1878-1958). [Boyadzhiev, Valentin (2016) Klasicheski behaviorism. Idei i vazgledi na John B. Watson (1878-1958).] Достъпен от: <https://valentinboyadzhiev.com/2016/11/01/klasicheski-biheiviorizum-idei-i-vuzgledi-na-john-watson/> (Прегледан: 23.11.2025)
- Деянова, Лиляна (2008) Полето на общественото мнение между „фабриките за данни“ и „фабриките за аргументи“. В: Чалъков, Иван и др. (ред.) *Мрежите на прехода. Какво всъщност се случи в България след 1989 г.* София: Изток-Запад, с. 376–405. [Deyanova, Lilyana. 2008. Poletoto na obshtestvenoto mnenie mezhdur „fabrikite za dannii“ i „fabrikite za argumenti“. In: Chalakov, Ivan i dr. (red.) Mrezhite na prehoda. Kakvo vsashtnost se sluchi v Bulgaria sled 1989 g. Sofia: Iztok-Zapad, s. 376–405.]
- Медаров, Георги (2023) Пропаганда и общественото мнение: Липман, Дюи и Бернайс, четени днес. *Социологически проблеми*, 55(1), с. 142–162. [Medarov, Georgi (2023) Propaganda i obshtestveno mnenie: Lipman, Dyui i Bernays, cheteni dnes. Sotsiologicheski problemi, 55(1), s. 142–162.]
- Михайлова, Катя (2016) *Меди@ общество: социология на медиите и масовата комуникация*. София: Издателски комплекс – УНСС. [Mihaylova, Katya (2016) Medi@ obshtestvo: sotsiologia na mediite i masovata komunikatsia. Sofia: Izdatelski kompleks – UNSS.]
- Михайлова, Катя (2012) Социология на медиите и обществената комуникация – в призмата на българската социологическа школа. В: Мирчев, Михаил (ред.) *Обществената трансформация в България, Европа и Света*. София: Издателски комплекс – УНСС, с. 122–131. [Mihaylova, Katya (2012) Sotsiologia na mediite i obshtestvenata komunikatsia – v prizmata na balgarskata sotsiologicheska shkola. In: Mirchev, Mihail (red.) Obshtestvenata transformatsia v Bulgaria, Evropa i Sveta. Sofia: Izdatelski kompleks – UNSS, s. 122–131.]
- Пейчева, Добринка (2013) *Масмедийното въздействие*. Благоевград: Унив. изд-во „Неофит Рилски“. [Peycheva, Dobrinka (2013) Masmediynoto vazdeystvie. Blagoevgrad: Univ. izd-vo „Neofit Rilski“.]
- Петев, Тодор (2004) *Теории за масовата комуникация*. София: Софийски университет „Св. Климент Охридски“. [Petev, Todor (2004) Teorii za masovata komunikatsia. Sofia: Sofiyski universitet „Sv. Kliment Ohridski“.]
- Петев, Тодор (2001) *Комуникация и социална промяна*. София: Софийски университет „Св. Климент Охридски“. [Petev, Todor (2001) Komunikatsia i sotsialna promyana. Sofia: Sofiyski universitet „Sv. Kliment Ohridski“.]
- Петрова, Силвия (2023) Анатомия на троля. *Критика и хуманизъм*, 58(1), с. 97–107. [Petrova, Silvia (2023) Anatomia na trola. Kritika i humanizam, 58(1), s. 97–107.]
- Стоянов, Росен Т (2016) *Комуникационна демокрация*. София: Изд-во на Нов български университет. [Stoyanov, Rosen T (2016) Komunikatsionna demokratsia. Sofia: Izd-vo na Nov balgarski universitet.]
- Христов, Тодор (2012) Истината на конспиративните теории или Президентът и извънземните. *Семинар_BG*, 7, с. 23–31. [Hristov, Todor (2012) Istinata na konspirativnite teorii ili Presidentat i izvanzemnite. Seminar_BG, 7, s. 23–31.]
- Чакалов, Борис и Бондилов, Венцеслав (2015) *Методи за изследване на масовата комуникация: Към методология на социалните изследвания*. София: Унив. изд-во „Св. Климент Охридски“. [Chakalov, Boris i Bondikov, Ventseslav (2015) Metodi za izsledvane na masovata komunikatsia: Kam metodologia na sotsialnite izsledvania. Sofia: Univ. izd-vo „Sv. Kliment Ohridski“.]
- Benson, Rodney and Neveu, Erik (ed.) (2005) *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge, UK and Malden, MA: Polity.
- DeFleur, Melvin L (1966) *Theories of Mass Communication*. New York: David McKay.
- Deyanova, Liliana (2020) Social Sciences As Utopias. *Psihologia socială*, 2(46), pp. 75–87.
- Esser, Frank (2008) History of Media Effects. In: Donsbach, Wolfgang (ed.) *The international encyclopedia of communication*. Malden, MA and Oxford, UK: Blackwell, pp. 2891–2896.
- Fairclough, Norman (1992) *Discourse and social change*. Cambridge and Malden, MA: Polity Press.
- Fassin, Didier (2015) The Public Afterlife of Ethnography. *American Ethnologist*, 42(4), pp. 592–609.
- Fondren, Elisabeth (2021) We Are Propagandists for Democracy: The Institute for Propaganda Analysis' Pioneering Media Literacy Efforts to Fight Disinformation (1937-1942), *American Journalism*, 38(3), pp. 258–91.
- Gitlin, Todd (1978) Media Sociology: The Dominant Paradigm. In: *Theory and society*, 6(2), pp. 205–53.
- Hall, Stuart (1980) Cultural Studies and the Centre: some problematics and problems. In: Hall, Stuart, Hobson, Dorothy, Lowe, Andrew and Willis, Paul (ed.) *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79*. London: Unwin Hyman, pp. 2–35.
- Hardt, Hanno (1989) The Return of the 'Critical' and the Challenge of Radical Dissent: Critical Theory, Cultural Studies, and American Mass Communication Research. *Annals of the International*

Communication Association, 12(1), pp. 558–600.

Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F (2017) *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Abingdon, Oxon and New York: Routledge.

Kellner, Douglas (2012) Frankfurt School, Media, and the Culture Industry. In: Rossler, Patrick, Hoffner, Cynthia A. and van Zoonen, Liesbet (ed.) *The International Encyclopedia of Media Studies*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.

Klapper, Joseph T. (1960) *The effects of mass communication*. Glencoe, IL: Free press.

Lang, Kurt and Lang, Gladys Engel (2006) Personal Influence and the New Paradigm: Some Inadvertent Consequences. *ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), pp. 157–178.

Lubken, Deborah (2008) Remembering the Straw Man: The Travels and Adventures of Hypodermic. In: Park, David W. and Pooley, Jefferson (ed.) *The history of media and communication research: Contested memories*. New York: Peter Lang, pp. 19–42.

Nimmo, Dan (1981) Mass Communication and Politics. In: Long, Samuel L. (ed.) *The Handbook of Political Behavior*. Springer: Boston, MA, pp. 241–288.

Sears, David O. and Freedman, Jonathan L (1967) Selective Exposure to Information: A Critical Review. *Public Opinion Quarterly*, 31(2), pp. 194–213.

Sproule, J. Michael (1989) Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth. *Critical Studies in Mass Communication*, 6(3), pp. 225–246.

Sproule, J. Michael (1991) Propaganda and American Ideological Critique. *Annals of the International Communication Association*, 14(1), pp. 211–238.

Steinmetz, George (2005) Scientific Authority and the Transition to Post-Fordism: The Plausibility of Positivism in Us Sociology Since 1945. In: Steinmetz, George (ed.) *The politics of method in the human sciences: Positivism and its epistemological others*. Durham and London: Duke University Press, pp. 275–323.

Venkov-Rose, Nikola A (2024) “Stealing” and “Combining” Time for Meaningful Contributions Beyond Academic Anthropology. Berlin: KonKoop DataLab Blog. Достъпен от: <https://konkoop.de/index.php/blog/datalab-blog-stealing-and-combining-time-for-meaningful-contributions-beyond-academic-anthropology/> (Прегледан: 22.11.2025).

Venkov-Rose, Nikola A. and Medarov, Georgi (2025) Fears About ‘Russian Propaganda: The Case of Online ‘Opinion Celebrities’ of the Bulgarian Liberal Milieu. *Sociological Problems*, 57 (Special), pp. 254–274. Достъпен от: <https://tinyurl.com/VenkovRose2025-liberals> (Прегледан: 22.11.2025).

von Holdt, Karl (2022) From ‘Critical Engagement’ to ‘Public Sociology’ and Back: A Critique From the South. In: Bezuidenhout, Andries, Mwanza, Sonwabile and von Holdt, Karl (ed.) *Critical Engagement with Public Sociology: A Perspective from the Global South*. Bristol, UK: Bristol University Press, pp. 78–105.

Никола Венков-Роуз е главен асистент в Института по философия и социология при Българска академия на науките и доктор по социология от Софийски университет (2017 г.). Научните му интереси са както в областта на градската антропология (маргинализация, власт и съжителство в града), така и около постфундационистката дискурсна теория на Лаклау и приложението ѝ за преосмисляне на актуални понятия като популизъм, пропаганда и политизация на идентичностите през новите медии.

Nikola Venkov-Rose is a Chief Assistant Professor at the Institute of Philosophy and Sociology, Bulgarian Academy of Sciences, and a PhD in Sociology from the University of Sofia (2017). His research interests encompass urban anthropology (focusing on marginalization, power, and the politics of living together), Laclau’s Post-Foundational Discourse Theory, as well as the latter’s application to rethinking contemporary concepts such as populism, propaganda, and the politicization of identities in new media.

ЧЕРНИТЕ ПРЕДСКАЗАНИЯ НА СЕРИАЛА „ЧЕРНО ОГЛЕДАЛО“

ЙОСИФ АСТРУКОВ

THE DARK PREDICTIONS OF THE SERIES “BLACK MIRROR”

IOSIF ASTRUKOV

email: ioshertz@abv.bgORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7910-7461>DOI <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.109-128>

Резюме: „Black mirror“ (Черно огледало, 2011-) е качествено различен сериал спрямо масово разпространяваната продукция в платформите в няколко направления. На първо място като формат – броят на епизодите са значително по-малко и няма единна сюжетна линия и персонажи, които се развиват през всички епизоди и сезони. Всеки епизод е завършен самостоятелен филм, със собствена драматургия, среда, различни актьори и режисьори. Другата качествена разлика, която разграничава „Черно огледало“ от останалите масови продукции е драматургичната основа, върху която развиват всеки епизод. Жанрово той попада във фантастиката, но сериите са позиционирани много прецизно в една особена реалност, не съвсем типична за фантастичните сюжети, която бих нарекъл *междинна* – усещането на зрителя е, че гледа съвременната реалност, такава каквато тя ни заобикаля днес, но с една стъпка напред. Самото заглавие „Черно огледало“ идва от ефекта на загасен монитор/екран, който отразява подобно на тъмно огледало седящия пред него зрител. Именно това е и основната насоченост на сериала – да покаже като отражение в какво се превръща съвременното дигитално общество и свят обратно на публиката.

Ключови думи: сериал, платформи, общество, дигитална реалност

Abstract: “Black Mirror” (2011-) is a qualitatively different series compared to the mass-produced production on platforms in several ways. First of all, in terms of format – the number of episodes is significantly smaller and there is no single storyline and characters that develop throughout all episodes and seasons. Each episode is a complete standalone film, with its own dramaturgy, setting, different actors and directors. The other qualitative difference that distinguishes “Black Mirror” from other mass productions is the dramaturgical foundation on which they develop each episode. It falls into the realm of fantasy genre, but the series are positioned very precisely in a particular reality, not quite typical of fantasy plots, which I would call intermediate – the viewer feels like they are watching contemporary reality, as it surrounds us today, but one step ahead. The title “Black Mirror” itself comes from the effect of a dimmed monitor/screen that reflects the viewer sitting in front of it like a dark mirror. This is precisely the main focus of the series – to show, as a reflection, what the modern digital society and world is becoming back to the audience.

Keywords: serial, platforms, society, digital reality

*„Загубил Бог, на съвременния човек не му остава нищо друго,
освен да се преклони пред новия Бог – техниката!“
(Знеполски, 1992, с.5)*

„Black mirror“ („Черно огледало“, 2011) е качествено различен сериал спрямо масово разпространяваната продукция в платформите в няколко направления.

Изследователите най-често разглеждат и акцентират върху един от неговите

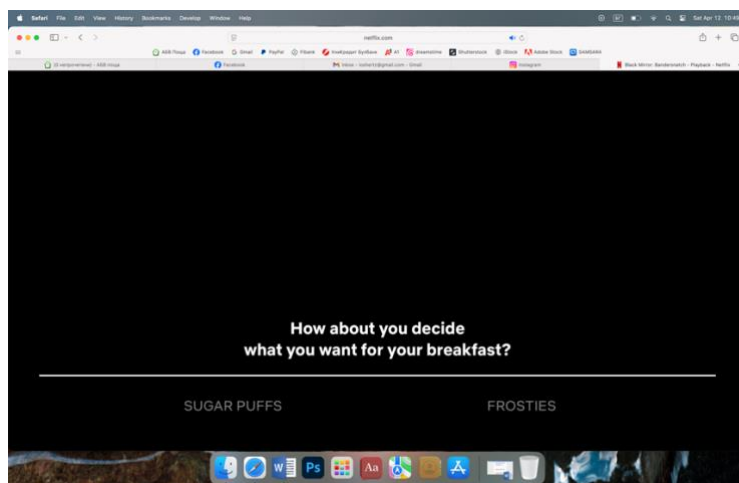
епизоди – “Bandersnatch” от 2018 г., поради неговата интерактивност (Ahmed, 2019). Извън тази чисто технологична страна обаче, епизодът по-скоро няма онази сила и провокативност, характерна за много от останалите епизоди, която качествено отличава сериала. Самото заглавие „Черно огледало“ идва от ефекта на загасен монитор/екран, който отразява подобно на тъмно огледало седящия пред него зрител (McGarrigle, 2017). Именно това е и основната насоченост на сериала – да покаже като отражение в какво се превръща съвременното дигитално общество и свят обратно на публиката. Сериалът разгръща безкомпромисни симулации на това какво може да се случи в непосредствено бъдеще. Самата продукция е принципно различна на първо място като формат – броят на епизодите са значително по-малко и няма единна сюжетна линия и персонажи, които се развиват през всички сезони. Всяка серия е завършен самостоятелен филм, със собствена драматургия, среда, различни актьори и режисьори¹, и продължителност около час. Първите два сезона имат само три и четири съответно епизода, след влизането под шапката на Netflix като продуцент се увеличават на шест в следващите сезони, като в пети сезон са отново три. В шести сезон епизодите са пет – не следват дори един и същи формат като брой епизоди. Интервалите от време, в които се появяват сезоните са също нерегламентирани. До този момент са излезли седем сезона за период от над десет години (2011 – 2025). По тази причина зрителите не могат да следят и очакват всеки следващ сезон и епизод, нито да се олицетворяват с дадени персонажи, което е типично за сериалната форма изначално. Ако трябва да се определи тази продукция абсолютно коректно, вероятно ще попадне по-скоро в серийната филмова форма, отколкото в характеристиките на сериал. Другата качествена разлика, която разграничава „Черно огледало“ от останалите масови продукции е драматургичната основа, върху която се развива всеки епизод. Жанрово той попада във фантастиката, но сериите са позиционирани много прецизно в една особена реалност, не съвсем типична за фантастичните сюжети, която бих нарекъл *междинна* – усещането на зрителя е, че гледа съвременната реалност, такава каквато тя ни заобикаля днес, но

¹В сериалите по принцип е практика да работят поне няколко режисьора на сезон, от една страна поради съкращаване на снимачния период – снимат се паралелно, от друга за да има различен подход и разнообразие в епизодите. Но винаги се следва единна линия – като драматургия, начин на заснемане, персонажи и актьори, монтаж и т.н., за да имат епизодите хомогенност. При „Черно огледало“ принципът е по-скоро обратен – всеки епизод е сам за себе си. В някаква степен може да се открие известна обща визуална стилистика, като има епизоди и които се различават съществено. Сред режисьорите са Тоби Хейнс, Оуен Харис, Карл Тибетс и много други (IMDb). Прави впечатление, че много от режисьорите имат само по един епизод, което обяснява големия брой на имената, режисирали сериала.

с една стъпка напред. За разлика от фантастиките на Disney+, като „The Mandalorian“ (2019), които развиват фантастични сюжети от света на „Star Wars“ в изцяло други измерения (планети, извънземни форми на живот и т.н.), абсолютно несвързани със съвременността, „Черно огледало“ стъпва върху реалността днес, каквато я познаваме в ежедневието, добавяйки отделни елементи или преекспонирайки в крайност даден технологичен потенциал. Това създава усещане в зрителя за документалност и за особена *междинна реалност*, едновременно тук и сега и потенциалното възможно утре. Всеки епизод сякаш казва на зрителя – „виж, това ни очаква до няколко години“. И голямото послание на авторите е насочено именно натам – в непосредственото бъдеще или дори настояще, в обществата, света, взаимоотношенията, технологията като нож с две остриета.

„Bandersnatch“ (2018)

Дигиталните платформи предоставят възможност за интерактивност и обратна връзка със зрителите, което съвсем естествено провокира експерименти в тази посока. Заглавието „Bandersnatch“ е заимствано от фантастично същество, описано от Луис Карол в книгата му „Отвъд огледалото и какво Алиса видя там“ от 1872 г. Пуснат глобално в платформата Netflix за Коледния сезон (на 28 декември 2018 г.), епизодът макар и част от сериала, е на практика отделен филм. Интерактивността е постигната като периодично в долната част на екрана се появява черна лента с два избора пред зрителя. Филмът не спира, изборът остава на екрана няколко секунди, и ако не бъде избрано нещо, автоматично се възпроизвежда изборът отляво. Зрителите имат възможност във всеки един момент да се връщат в точките на избор.



Кадър от „Bandersnatch“

Изборите варират от на пръв поглед незначителни, като каква зърнена закуска да яде главният персонаж или каква музика да слуша, до къде да работи – в офиса или вкъщи, дали да отиде при психотерапевта си, да вземе или не LCD и кой да скочи (да се самоубие) от терасата. Всеки избор отключва серия от събития. Тук е важно да се вземе предвид и къде се гледа епизодът – дали в официалната платформа на Netflix, където се случва описаната интерактивност или чрез пиратски метод. В нелегалните сайтове няма възможност за интерактивност и най-често епизодът е „свален“ или в една единствена сюжетна линия, или чрез многократни повторения. На практика линейно се изреждат всички възможни варианти, като по този начин зрителят се обърква какво точно гледа, ако предварително не знае формата на епизода (Reddit). Продължителността на епизода варира, в зависимост от изборите и дали зрителят връща, за да пробва други опции. Приятели споделяха, че са връщали многократно, за да пробват всички възможни варианти. Но изборите в крайна сметка са краен брой и според тази схема финалите са осем. Самата идея на епизода се преплита с интерактивността на формата, в резултат е особена смесица от вечната тема за изборите в живота, времето като относителен и нелинеен конструкт, паралелните времеви измерения, дори конспиративния контрол върху човечеството и реалността като експеримент. Отново в зависимост коя линия изгледа зрителят и дали се връща и завърта през всички избори. Драматургично има и заигравка – главният персонаж Стефан живее в 1984 г. и се опитва безуспешно да напише видео игра със същото име – Bandersnatch, по книга с това име, също интерактивна, когато на монитора се изписва, че някой го контролира през Netflix. Той не разбира нито какво е онлайн платформа, нито как го контролират и отива отново да се срещне с психоаналитика си. В една от линиите има дори вторично изтегляне и показване на снимачната площадка и невъзможността на актьора да излезе от образа, който играе. Психичната нестабилност на персонажа е обосновка за цялата шизофренна „игра“, в която се завъртат зрителите през изборите и многобройните подтеми.

Исторически подобни интерактивни експерименти съвсем не са нови и съществуват още от 60-те години на миналия век². Разбира се, всяка епоха предлага

²Чехословашката компания „Laterna Magica“, в лицето на Йозеф Свобода (Joseph Svoboda) и Алфред Радок (Alfred Radok), създават едно от първите сценично-филмови интерактивни експерименти – „KINO-AUTOMAT“ през 1967 г., при което публиката е можела да избира посоката на сюжета (Аструков, Йосиф, 2018). Тяхната работа е описана и в Медиалог/ Medialog, бр. 18/2025

различни технологични възможности, но дори и днес постигнатата интерактивност е условна. Абсолютна интерактивност в киното е на практика невъзможна задача. Основният проблем е в предварителното заснемане и монтаж на всяка една от посоките и финалите, което прави изборите краен и ограничен брой, независимо дали гледаме на дигитална платформа или в киносалон. Въвеждането на т. нар. „изкуствен интелект“ (AI) дава основание за много допускания, че истинска интерактивност, подобна на тази в компютърните игри, вече или скоро ще бъде възможна. Трябва да се отбележи, че интерактивността и в компютърните игри не е абсолютна – затворена е в рамките на създадената от програмистите среда, персонажи, възможности и ограничения. Но, разбира се, е далеч по-реална от няколкото линии в киното. Допусканията, или вероятно по-правилно би било да се нарекат нереалистичните представи и очаквания за „изкуствения интелект“, предполагат, че той (то) би могъл да „създава“ филми в реално време. Тук се сблъскваме с редица проблеми, най-съществените от които е технологичен – изчислителната мощ. Колкото и да ни изглеждат вече безкрайни възможностите на компютърните технологии в момента, те все още са силно ограничени, поне що се отнася до подобни експерименти. Втората отново чисто технологична пречка е симулацията – генерираното от т. нар. „изкуствен интелект“ е на практика анимация от ново поколение, ползвайки натрупаните визуални архиви и т.н., но въпреки всичко ясно различима от заснетото изображение³. Особено що се отнася до човешкото лице, мимика, жестове, движение на тялото и актьорска игра. Окоето на зрителя все още е безкомпромисно там и трудно може да бъде излъгано, особено на голям екран. Симулациите на ИИ към момента имат основно заблуждаващ ефект върху зрителските аудитории на малките мобилни екрани – отворени на „големия“ компютърен екран, те почти винаги си проличават. Предвид, че масовата аудитория гледа предимно екраните на мобилните устройства, особено по-младите поколения, симулациите на ИИ ще създават още много проблеми при пропагандните и манипулативните материали в близко бъдеще. Но що се отнася до

автобиографичната книга на Милош Форман (1995). Алфред Радок всъщност е кинорежисьор, когото цензурата в един момент спира от работа в киното и му поверяват сценичния проект „Laterna Magica“, който е трябвало да представлява страната на международни изложения. Той привнася много кино и на практика аналогови мултимедийни техники на сцената, което води до огромен успех и популярност още през 50-те години на миналия век.

³Един от последните „скандали“, тъй като дебатът рядко надхвърля рамките на гилдиите за кино, фотография, анимация и най-общо визуални изкуства, е поредната масова мода за генерация на изображения и профилни снимки в социалните мрежи, наподобяващи стила на „Студิโอ Гибли“ и емблематичния японски аниматор Хаяо Миядзаки. Това стана възможно след пускането на поредната версия на ChatGPT – 4.0 (Vesti.bg). За броени дни в мрежата се създават десетки симулирани образи, които предизвикват нови дискусии за авторските права, имитацията и бъдещето на изкуствата въобще.

професионалното кино, към което принадлежат и платформите и сериалите, надали скоро (ако въобще) ще се наблюдават подобни продукции. Технологиата в момента се сблъсква и с чисто енергийни проблеми – големите компании се обърнаха към ядрена енергетика, за да могат да захранят въпросните изчислителни мощности. Тук няма да се спирам подробно и на извън технологичните пречки, които също поставят неизвестни – зрителят традиционно е мързелив, той е консуматор, особено съвременният потребител. Сядайки пред екрана, той/тя не желае да бъде активен, да избира, да полага усилия. Желанието му е единствено да получава наготово съдържание, което при това да не го натоварва. Огромната част от аудиториите днес ползват платформите и екранното съдържание като виртуално бягство, вид рекреативен процес, като почивка и „за да не мисли“ – за себе си, за живота и проблемите си, за света, който го заобикаля⁴. Дори в някакъв момент технологията да позволи варианти на генеративни в реално време и интерактивни произведения, поради тази профилираност на зрителите съм силно резервиран за подобно развитие на киното и сериалите въобще.

Животът като риалити

Първи епизод от шести сезон на „Черно огледало“ – „Joan is awful“ (Йоана е ужасна, S6.E1) разиграва идеята за генериране в реално време на живота на някого на екран, в на практика нов тип риалити шоу. Началото на сюжета се завърта около една жена – Йоана и нейното не особено интересно ежедневие. Ставане сутрин, закуска с партньора, с когото живее, шофиране до месторабота, обичайните мениджърски проблеми в ИТ корпорация, появата в града на предишната ѝ любов, сесия с терапевта ѝ, пиене с бившия приятел в един бар и завръщане вкъщи. Сядайки вечерта пред телевизора заедно с партньора си, попадат на „най-новата продукция“ – нейния живот. На екрана се завърта нейният ден, пресъздаден от актьори – в главната роля на самата нея е Салма Хайек. Мълвата веднага тръгва и всичките ѝ колеги и приятели, където и да се намират в момента, гледат премиерата на мобилни екрани, без да спестяват коментарите си за нея. Йоана се оказва попаднала във влакче на ужасите, от което не може да слезе. Всяка вечер се генерира епизод от нейното ежедневие от супер компютър, при това с всички скрити от публичност части от живота на всеки човек – реплики, мисли, тайни,

⁴Неслучайно са подобни рекламите по мейл към отказали се абонати – „spend on experiences not things. Make time for rest, relaxation and some Netflix“.

споделени само с най-близкия кръг хора, терапевта ѝ и т.н. Своеобразно риалити, но с тази разлика, че изглежда напълно автентично и генерирано в реално време, което бързо набира популярност. След първоначалния шок, как това въобще е възможно, започват серия от неконтролируеми събития и пълен разпад на живота ѝ. Постепенно разбира, че освен технологично, това е и напълно легално – неволно подписаните нови клаузи и споразумения, не дават възможност да съди и прекрати това безумие. Оголен до най-личния си вътрешен живот, човек е неспособен да битува в обществото. Образът на героинята целенасочено се показва в значително по-лоша светлина, отколкото е в действителност. Както става ясно на финала, експериментите показват, че добрият безконфликтен човек не е интересен за аудиторията. Нещо, което добре познаваме от години и наблюдаваме в съвременните риалити формати – добре режисирани и подставени, именно за да се ангажира публиката. В сериала не обясняват подробно технологията за следене и запис на избрания индивид – в случая Йоана, само посочват общо всички устройства, които ни заобикалят и ни следят, начело с телефоните. Следенето на потребители през мобилните устройства и социалните мрежи е също добре известен факт от години, но все още не до такива крайности. Именно това е ключът на много от епизодите в „Черно огледало“, който изгражда тази специфична *междинна* фантастична среда, едновременно днес и утре. Драматургично по-нататък сериалът се развива през серия от ескалации на състоянията ѝ, достигащи до целенасочена провокация, с която ангажира звездата Салма Хайек, с надеждата че тя може да спре това безумие. Но договорите, с които тя предоставя образа си на компанията, генерираща шоуто, не позволяват това. Същевременно се оказва включена и тя в риалити формата, тъй като всеки, с който има досег персонажа впоследствие се изобразява на екрана. Епизодът достига кулминация, когато двете със Салма Хайек решават да търсят справедливост от корпорацията, създала тази продукция (заигравка с Netflix). Промъквайки се нелегално и през серия перипетии и сблъсъци с хората в корпорацията, двете се оказват лице в лице с „автора“ – една технологична машина, супер компютър, и един оператор, който им обяснява, че дори това не е реалността, а се намират в един от слоевете на симулацията. Финалът е на няколко нива – първият е унищожаването на супер компютъра и показването на абсолютно различните лица на истинските хора и актьори, чийто живот е използван за риалити шоуто. С надписите започват допълнителни финали – новият живот на истинския човек, който носи на крака си проследяващо устройство.

Следващ финал е актрисата, изиграла образа ѝ с генерираната маска на Салма Хайек, също с проследяващо устройство на крака. Така зрителят се оставя в отворен финал кое в крайна сметка е реално и дали и това не е част от риалити „играта“.

Подобно разгръщане и драматургично построяване на различни нива в епизодите е типично за „Черно огледало“. Зрителят е оставен с многото въпроси след края на всяка серия, до голяма степен зададени към него самия. Въпросната *междинна реалност*, както я определям, действа като увеличително стъкло, кара те да погледнеш собствените си навици, ежедневие, поведение и да се замислиш – накъде върви светът днес? Въпросът за границите на личната свобода, избора, самотата, липсата на усещане за реалност, която дигитализацията създаде, и въобще, какво е действителността? Натискът върху индивида и до къде са способни да стигнат технологиите, на първо място като потенциал и на второ като контрол, са централни за сериала и се развиват в много от епизодите. Често в сюжетите има и криминална завръзка, което освен зрителски интерес, поражда и цялостен въпрос, докъде сме способни да издържим като човешки същества. Къде или коя би била точката на пречупване, след което започва насилието и общото обезумяване. Докога Homo sapiens остава човек? При това извеждане на съществуващи днес технологии до определени крайности се оказваме в съвсем нова парадигма – на свят с други правила и индивидуални връзки.

Възприятия

В три от епизодите (S1.E3·The Entire History of You; S2.E4·White Christmas; S4.E2·Arkangel) се разгръща идеята за запис на възприятията ни – зрение и слух. Идея, която вероятно всички занимаващи се с фотография и визуални изкуства са си представяли – да снимаш и съхраняваш с очи. До къде обаче може да доведе тази привидно безобидна идея? В „The Entire History of You“ (Цялата история за теб) идеята е развита като своеобразен „плеър“, вграден с чип в главата на всеки човек. Тази фантастично-конспиративна идея стана изключително популярна последните години, а с експериментите на компанията Neuralink на Илън Мъск придоби и съвсем реални измерения. В епизода всеки може да връща и гледа отново и отново предишни сцени от живота си, с помощта на малко дистанционно, както и да „стриймва“ тези записи на голям екран/телевизор, за да го показва на другите. Процесът е визуализиран със своеобразен хипнотичен ефект в очите,

когато персонажът връща и гледа назад миналото. Какво би станало обаче, когато един ревнив мъж иска да види какво е правила неговата приятелка? До къде е склонен човек да покаже личния си живот, дори на най-близките си? Отказът да го направи автоматично ли означава лъжа или изневяра? Подобна технология на практика не оставя никакво лично пространство – отказът да покажеш нещо, вече автоматично предполага вина. Доверието, като фундамент на всяка връзка, се оказва принудено да се доказва постоянно. Какво се случва и когато видим това, от което се страхуваме или бягаме? Можем ли да го понесем? Всеки човек има своите дълбоки тайни и крайното оголване създава абсолютно немислима парадигма на живот и свят, която нашата психика не може да осмисли на този етап. Самото общество се разпада такова, каквото го познаваме към момента. В този епизод ревността е доведена до почти маниакална лудост, която в крайна сметка разрушава връзката. Изневярата се оказва факт, но могат ли двамата да понесат да гледат на голям екран насилствено изтръгнатия запис? Финалът е мазохистичното премахване с бръснарско ножче на имплантирания чип от самия персонаж. Обезумяването много често е завършекът на тези симулирани реалности от възможното технологично бъдеще. В сериала е широко застъпена идеята и за отчуждението на индивида, което технологиите създават. Тук в една от сцените двамата правят секс, докато всеки прожектира сцени от предишни, много по-бурни преживявания.

В „White Christmas“ (Бяла Коледа) идеята за контрол на човешките възприятия е доразвита, като хората имат възможност и взаимно да се „блокират“ в реалния живот. Подобно в социалните мрежи, когато някой те блокира, вече не можеш да виждаш или чуваш нищо от него. В епизода това се визуализира като блокираният се превръща в размазан силует, чийто говор не се различава. Контролът е отново с малко дистанционно, като тук имплантираният чип в мозъка съхранява и цялото съзнание на човека. Хирургичното му изваждане и поставяне в малко устройство на практика клонира виртуално индивида. В епизода тази идея е развита като хората правят виртуални копия на самите себе си, които превръщат в свои роби. „White Christmas“ (Бяла Коледа) е един от емблематично запомнящите се епизоди на сериала, в който са преплетени множество истории и зрителят остава с горчив привкус и множество въпроси на финалните надписи. Сюжетно са преплетени основно две криминални истории, които се разкриват отново през виртуалните клонинги на персонажите. Идеята за блокиране в реалния живот също

е трудна за осмисляне и променя фундаментално взаимоотношенията ни. Невъзможността за изясняване и изчистване на напреженията между хората, дори с цената на конфликт, води до маниакално поведение и полуда в един от персонажите, който предполага, че има дете от бившата си приятелка, която го блокира и отказва да разговаря с него. Заедно с нейния блок той губи възможността да вижда дори и детето. След инцидент и нейната смърт блокирането отпада, само за да установи, че детето не е негово и тя му е изневерявала. Истината го довежда до полуда и непреднамерени престъпления. Същевременно другият персонаж, чиято професия е да тренира виртуални клонинги и да ги подчинява като роби на собственика им, успява да сключи сделка за оневиняване на негово престъпление, изтръгвайки виртуални самопризнания. Сметчането на неговото наказание се оказва пускане на свобода, но при тотален блок – той не вижда никого – светът се превръща в място с размазани силуети на хора, с които не може и да разговаря, а те от своя страна го виждат като червен заплашителен силует. Подобно „дигитално дамгосване“ или както сега е възприето на жаргон „канселиране“ (cancel culture – „кенсъл култура“) отдавна е реалност в социалните мрежи (Britannica, 2025). За мнозина животът онлайн е поне толкова важен, колкото и истинският. Това важи в изключителна степен за по-младите поколения, които често дори отдават по-голямо значение на случващото се в мрежата. За тях блокирането е силно емоционален акт, който преживяват дълбоко. Невъзможността обаче това да се изчисти в отношенията на живо, както това естествено се случва в реалния живот, е изцяло нова ситуация, която трудно можем дори да си представим като последствия. В истинския живот хората се срещат и се налага да общуват и след като са се блокирали онлайн. Обществените норми са изградили правила на поведение, които се спазват дори при конфликти. Едно подобно състояние и технология, която тотално да изолира индивида би наложило изцяло нови измерения на социално поведение и взаимоотношения. А вероятно и на лудост.



Кадр от „White Christmas“

„Arkangel“ развива идеята какво би се случило, ако имплантираме чип в мозъка на дете, като така родителите имат възможност непрекъснато да следят какво вижда, чува и преживява то. С порастването всеки човек има нужда от повече лично пространство, може ли някой да понесе идеята, че всяко негово движение, дума и действие бива записвано и следено? А могат ли и родителите да понесат да виждат всичко, което се случва с децата им? Как се променя и поведението на околните, знаейки че разговарят с „жива камера“?

Между реално и виртуално

Идеята за виртуален живот – като продължение след смъртта или паралелна реалност, също е честа тема в сериала. В епизода „San Junipero“ (S3.E4) едно момиче решава да се „пресели“ завинаги във виртуална симулация, където влизайки като на игра всяка вечер среща и се влюбва в друга жена. Тя в реалността се оказва възрастна жена на смъртно легло в старчески дом и двете накрая решават да продължат вечно да живеят заедно в този симулиран виртуален рай. Доколко реална е обаче тази реалност? В много от епизодите се задава този централен за фантастичните сюжети въпрос – има ли обективна действителност или всичко което се случва в нашия мозък е достатъчно реално за нас? В сериала това е винаги дигитално обусловено, доминиращата от компютърни чипове съвременност последните десетилетия предполага това преливане между виртуално и реално, така актуалната в момента тема за изкуствен интелект, като често в епизодите е прехвърлено и обратно във физическата реалност. В „Be Right Back“ (Веднага се връщам, S2.E1) една жена изгубва любимия си в катастрофа. Нова услуга предлага „връзка“ с починалите, като утеха за скърбящите, симулирайки неговата личност подобно на бот, като създава негов виртуален клонинг, обучен на база активността му в социалните мрежи. След кратко колебание тя решава да пробва. Симулацията прераства от чат в „истински“ разговори по телефона, с неговия глас и е толкова реалистична, че когато ѝ предлагат да създадат робот в цял ръст, идентичен на загиналия ѝ приятел, тя не се поколебава. Но „живият“ контакт, колкото и да изглежда прекрасно и като истински в първия момент, много бързо натрупва разочарование. Роботът не може да запълни липсващото място на живия човек, който е обичала. Симулацията си остава бледо подобие на неговата личност. Роботът няма характер, лично мнение, независимо мислене или поведение. Той може само да симулира и наподобява вероятното поведение, изградено на база

събраната информация за човека, който любимият ѝ е бил. Това само добавя скръб и гняв към нейното състояние, стигайки дори до идеята да накара робота да се самоубие. Но това, разбира се, не е заложено в неговите алгоритми. Епизодът стига кулминация, когато тя разбира, че е бременна, от последната им нощ, прекарана заедно преди катастрофата. Финалът на епизода показва вече по-порасналото дете, което на рождения си ден си пожелава да се качи на тавана. Там стои „заточен“ роботът, който в очите на детето все пак е някакво отражение на баща. Моралните въпроси за това до къде имаме право да симулираме човешки същества и какви биха били последствията са отново оставени отворени.

Епизодите S4.E1-USS Callister и S7.E6-USS Callister: Into Infinity са свързани, вторият е продължение на историята, като стилово експлоатират фантастичната естетика от сериала Star Trek.

В тях се преплитат две паралелни реалности – тази на компютърна игра и физическата реалност, като в стремежа към ефектни завръзки и много нива на реалност в един момент се разпада логиката на събитията. Сюжетът се развива около гениален програмист, който разработва изключително реалистична виртуална игра, превърната в многомилionenна индустрия от инвеститор-съдружник, който, заедно с останалите в корпорацията, го експлоатират, същевременно отнасяйки се зле към него. Програмистът е представен като стандартния „nerd“ – нарицателно за самотните странни гении в ИТ сектора. За да си отмъсти, той започва да „клонира“ виртуално колегите си чрез ДНК проби, вкарвайки ги в нещо като подсвят на виртуалната игра. Именно този подсвят, а до голяма степен и цялата виртуална реалност, е заимствана от стилистиката и сюжета на Star Trek, наричан в сериала „Space Fleet“. Там програмистът е всемоушен, капитан на космически кораб, всички са му подчинени и той ги командва и малтретира. Влизането във виртуалната реалност се представя със залепване на малък чип на слепоочието и промяна на очните ябълки – често използвано в много от сезоните и епизодите на „Черно огледало“. Логически обаче историята не е издържана, тъй като клонираните някак се оказват от плът и кръв и свързани с реалния живот. Вместо просто да излизат от играта и да се „събуждат“, когато ги „убият“ във виртуалния свят, те започват да умират и в реалния живот. Самият програмист също умира в реалния физически свят, след серия от събития в играта, когато клонираните „бягат на свобода“ през „космически червей“, всъщност Коледен тпдейт на играта, при което програмата рестартира и част от кода се изтрива. Защо

обаче това води до смъртта му в реалния свят, вместо просто да се „събуди“, както до този момент винаги се случва, остава неясно. Това преплитане между виртуалното и реалното остава доста объркано и драматургично необосновано. Много от причинно-следствените връзки са доста произволни, което е често срещан проблем при фантастиката. Рядко авторите успяват да изградят плътен имажинерен свят, в който да спазват законите поставени от тях самите. Изкушението на авторите за ефектни обрати и развръзки често пъти надделява. Има заигравка и с виртуални срещи на двойниците – отново никак не нова идея за среща със самия себе си, някъде във времето и пространството, разговори между тях, дори битки. Кулминацията и финалът на втория епизод е откритието, че самият програмист е клониран и превърнат във виртуален роб – за да може бързо да се стартира играта, съдружникът го убеждава да го клонира и да работи денонощно по създаването на виртуална вселена. Разбирайки, че вече е мъртъв във физическия свят, след серия от събития и обрати, задейства команда за изтриване на целия код, а всички клонирани се озовават (някак) в главата на един от персонажите и остават да живеят там. Защо те толкова се страхуват да бъдат „убити“ във виртуалния свят, вместо това да бъде тяхното „освобождение“, остава под въпрос и вероятно като ефектен отворен финал. В стремежа да бъде напълно премината границата между реално и виртуално, епизодът до голяма степен изгубва логика и смисъл.

Роботи и (само)унищожение

Няколко епизода засягат темата за войната (S3.E5·Men Against Fire; S4.E5·Metalhead), развивайки различни симулации какво би могло да се случи в бъдеще. В „Men Against Fire“ (Мъже срещу огъня)⁵ войниците са с имплантиран чип, който им показва обикновени хора като размазани, зловещи и агресивни същества (зомбита), които ги заплашват и трябва да бъдат убити. Неизправност в един от чиповете води до странни сънища и необясними на пръв поглед реакции и поведение в един от войниците. Постепенно той разбира истината, което води до премахване на чипа и пълното „изтриване“ на спомените му.

Тази идея е като продължение на пропагандата и индоктринацията, която се случва от векове, за да принуди хората да се избиват взаимно в името на дадена

⁵Заглавието вероятно е заимствано от емблематичната книга на S. L. Marshall „Men Against Fire: The Problem of Battle Command“, разкриващата за първи път пред широка публика психологическата бариера и нежеланието на редовия войник да стреля и убива от упор противника.

кауза. Прякото модулиране на възприятията премахва и угризенията, войната се превръща в лов на „същества“. Историята познава не един случай, когато цели етноси и раси са обявявани за „не хора“. В човешката психика има заложен инстинкт, психологическа бариера, която възпира избиването на себеподобни (Haddock, 2006). Изключенията са психопатии. Преминаването на тази бариера при нормалните хора води до сериозни психични проблеми, дори полудяване. Известни са случаи в миналото, когато войници са се побърквали от непрестанните ежедневни екзекуции, които им е заповядвано да извършват. През Втората световна война наблюдават ефект, при който масово войниците не стрелят по противника, когато са изложени един срещу друг в директна битка⁶. Подобни сведения се откриват и в някои източници от древността, описващи битките в Римските колизеуми (McKinnie, 2016, p.14). Една от версиите за създаването на концлагерите от нацистите е именно изолиране на прякото убийство, както и масовизирането им. Все още в някои концлагери в Германия могат да се видят запазени стаи, в които са избити стотици руски военнопленници на принципа на „анонимния разстрел“. Стаята е построена така, че произволен войник дава наряд, стреляйки на сляпо през оставена дупка в стената. От другата страна е сядал пленник, така че тилът му да попада точно на отвора.

Този епизод от сериала отива крачка напред – дали бъдещето не е в тоталното манипулиране на възприятията и контрол върху индивида? Превръщаме ли се изцяло в пионки в ръцете на една глобална дигитална машина? И случайността е единственото, което определя от коя страна ще се окажем. Епизодът „Metalhead“ развива идеята за робот-убиец, който притежава свръхтехнологични възможности и е почти неунищожим. В постапокалиптичен свят, трима приятели проникват в изоставен склад в търсене на лекарства. С вдигането на един кашон събуждат робот-убиец, „спящ“ на рафта. Роботът изстрелва облак от маркиращи шрапнели и започва да ги преследва и убива един по един. Последна остава жена, която след дълго преследване успява да разруши робота, застрелвайки го с взета от труповете ловна пушка. Но роботът е програмиран, „умирайки“, да изстреля нов облак от маркиращи шрапнели, които насочват други роботи. Финалът е как тя, опитвайки се да извади маркиращите шрапнели, осъзнава, че единият е дълбоко във врата ѝ.

⁶Едно изследване за специалния психологически тренинг за убиване в Американската армия започнало след Втората световна война и наблюденията, че войници масово отказват да стрелят от упор по врага или много малко го правят (McKinnie, 2016, p.3).

Камерата я оставя с нож опрян в гърлото. Епизодът е заснет в черно бяло, което допълнително засилва постапокалиптичната безизходица, в която се намира човечеството. Пуснат няколко години преди началото на съвременните военни конфликти, днес вече виждаме колко актуална е темата за автономни и дистанционни устройства за масово унищожение. Съвременната война все повече напомня компютърна игра, в която хора насочват ракети и дроне през камери и екрани, за да убиват други от стотици километри. В цитираните публикации под линия се дискутира идеята, какво ще се случи с психиката на тези хора. Достатъчно отдалечени ли са вече от прякото убийство? Осъзнават ли своите действия, когато не виждат истинската смърт, която причиняват или всичко се превръща просто в една компютърна игра, подобно на десетките играни от децата днес? Въпроси, които далеч не са нови, просто сме в поредния етап от развитието им. Способно ли е човечеството да създаде съвършен робот-убиец, който да бъде неконтролируем?

„S3.E6:Hated in the Nation“ (Мразен сред нацията) разиграва интересна симулация отново с роботи, но този път имитиращи малки насекоми – пчели. Епизодът преплита социалната реалност, доведена до крайност от дигиталните платформи на разделение, омраза и „канселиране“, с екологична технология, заместваща пчелите в природата, хакната от гений програмист и обърната срещу хората. Очевидно гневен на всички „хейтъри“, които ежедневно се изказват с омраза в социалните мрежи към известните на деня – политици, певци или обикновени хора, станали по случайност популярни и попаднали под „виртуалния линч“, той превръща милиони пчели-роботи, пуснати да заместват изчезналите насекоми, в убийци. Рояци малки роботчета-убийци, снабдени с проста технология за разпознаване на цвят и насочване по GPS се оказват ултимативна машина за убиване. След първите няколко случая на мистериозно починали хора, в главите на които намират пчели-роботи, постепенно случаят се разплита, оказвайки се че те са били само примамка и проба на системата. Истинската цел на програмиста са всички хора, които сеят лекомислено омраза онлайн. Сложен алгоритъм записва и подрежда в списък всеки злобен коментар, постнат в мрежата и потикващ към насилие, или направо пожелаващ смъртта на някого. Отначало събралият най-много коментари за деня се превръща в мишена. Впоследствие „играта“ се обръща и всеки, който е пожелал тяхната смърт, става жертва. С достъпната днес технология за проследяване към всеки от тях може да се насочи пчела-робот-убиец.

В апокалиптична кулминация милионите пчели-убийци започват да избиват

стотици хора неконтролируемо, довеждайки цялата страна до катастрофа за броени часове. Епизодът е изграден ретроспективно, чрез съдебния разпит на разследващата инспекторка и нейните спомени за събитията. Отново остават отворени въпроси без отговор – до къде имаме контрол върху дори безобидни и полезни технологии, в този все по-дигитално контролиран свят и в какво се изразжат виртуалните взаимоотношения?

Връзки и взаимоотношения

В много от сезоните и епизодите се разглеждат възможни хипотези за интимните взаимоотношения на бъдещето. В „S4.E4·Hang the DJ“ (Обесете DJ-я) развиват идеята за ултимативна система, която да определя кой с кого трябва да се събере/ожени. Цялата постановка силно напомня съвременните приложения за запознанства, но отново е доведена до крайност. В едно изкуствено утопично градче, изолирано от всичко, млади хора получават съобщения за срещи. Системата определя кой с кого да се срещне, след което кола-автомат без шофьор ги закарва до къща, където трябва да останат заедно. Къщата е симулация на семеен живот. Колко време да останат заедно също решава вездесъщата система. Тя ги наблюдава денонощно, определяйки кои двойки си подхождат. Епизодът изключително добре показва неловката ситуация да си интимен с някого изведнъж, без дори да го/я познаваш, да се озовеш с него/нея в една стая, да се съблечеш, да извършваш всичките си ежедневни дейности и т.н. Досадата да си с някого, към когото не изпитваш нищо, празнотата на сексуалните отношения и незадоволеност, липсата на усещане към другия, дори теми за разговор, раздразнението от загубата на време, тъй като системата определя колко време двойките да прекарат заедно. Конфузното очакване, когато се разделят след подобна неуспешна „връзка“, докато всеки системата да го отведе към следващата среща. Колкото и парадоксално да звучи всичко, изведено по такъв краен начин, това е до голяма степен моделът на реалния живот на огромен процент от съвременните млади хора, а дори и тези, които в момента са на средна възраст и по някаква причина са останали сами. Съвременните тенденции стимулират произволните сексуални контакти, обществото ги определя като желани, дори задължителни. Взаимоотношения без ангажименти и задръжки, в които социалните мрежи и платформите за търсене на партньори играят ролята именно на „системи“, при които алгоритмите те „сватосват“ с „най-подходящите“ хора. Но резултатът често пъти е натрупване на

много негативен опит и разочарование. Особено в по-напреднала възраст, хората често влизат в омагьосан кръг от безкрайно търсене, все нови и нови опити с неподходящи партньори. И точно както са рекламите на всички приложения за запознанства, в епизода системата постоянно показва щастливи двойки, намерили своята сродна душа, с непрестанните мантри, че трябва да имат доверие на системата, няма нищо случайно и тя знае най-добре и ще им намери най-правилния човек. Финалът на епизода е щастлив – една двойка, която се намират и влюбват, уморени от бързи срещи и случайни сексуални контакти, решават да избягат от системата, но тя самата вече ги е определила като подходящи. За съжаление, в живота действителността рядко е щастлива. Разбира се, и тези идеи не са напълно нови, антиутопиите още от началото на миналия век предсказват подобен тип взаимоотношения и тоталния разпад на брака и семейството, както е обрисувано например в „Прекрасният нов свят“ на Олдъс Хъксли.

В S5.E2-Smithereens (Парченца) шофьор на такси тип Uber отвлича клиент, стажант в компания, представена като Facebook. В хода на екстремната ситуация се налага полицията да се свърже със собственика на социалната мрежа, тъй като това е искането на шофьора. В типичния за сериала ироничен стил, въпросният мултимилиардер се е оттеглил в този момент сам сред пустинята за „ритрийт“ (retreat) и е дал обет за десетдневно мълчание. Налага се службите да го издирват на живо на върха на плато наред с пустинята, където в малка, но луксозна къща той седи в поза лотос и медитира. Същевременно на терен са двама тийнейджъри, които постоянно снимат с телефон и качват в същата тази социална мрежа случващото се в реално време. Службите и мениджърите от корпорацията следят какво се поства. В тази парадоксална ситуация, типична за съвременното ни, собственикът на компанията решава на своя глава да не послуша съветите на полицията и колегите си, които настояват той да не разговаря с престъпника. Отваря личния си компютър, свързва се през сателитна връзка от пустинята, издирва профила на престъпника, където има и много повече информация за него от тази, която имат службите и му се обаждат. Очевидно никой не може да се противопостави на този съвременен елит и те могат да правят каквото си пожелаят. Както има реплика и в самия епизод – той е в позицията на бог. Пантеонът днес явно е на върха на дигиталната пирамида, с достъп до цялата информация и до всеки индивид, по всяко време. Кулминацията на сериала е трагичният разказ на шофьора, който просто иска да сподели на собственика на компанията нещастната

си история. Пристрастен към неговата социална мрежа, късно една вечер, шофирайки, не издържа от постоянните нотификации, които получава, решава да си погледне за секунда телефона. Резултатът е тежка катастрофа, при която загива годеницата му. И това е всичко – той просто желае тази история да достигне до създателя на платформата. С надеждата, че това може да промени нещо. В този епизод финалът не е щастлив – снайперист убива шофьора, а собственикът и създател на социалната мрежа признава в разговора, че платформата отдавна е извън неговия контрол и се е изродила в нещо, което никога не е предполагал или желал. Този дебат много често се води в общественото пространство последните години и е основна тема и в настоящия текст. Кое е първопричината за технологичната истерия и хаос, в които вече живеем и „има ли въобще пилот в самолета“? До каква степен като общество и цивилизация имаме контрол върху процесите?

Палитрата от теми и идеи, заложили в сериала „Черно огледало“, е огромна. За тези до момента седем сезона успяват да разиграят много симулации на потенциално възможни бъдещи реалности, повечето ситуирани във въпросната *междинна реалност* – смесица от бъдеще и настояще, разкривайки спящите чудовища на нашето съвремие. Единственият подобен сериал като формат и тематика, на който съм попадал, е анимационният „Love, death and robots“ (2019-). При него също са представени имажинерни светове от бъдещето, но примесени с много митология и стилистиката на анимационния език, който създава съвсем друго въздействие. „Черно огледало“ разглежда бъдещето и като ултимативно дигитално. Факт, който далеч не е сигурен. Тенденциите, наблюдавани в следващите поколения, са в двете крайности – от ултимативна дигитализация до пълното ѝ отхвърляне. Кое ще надделее или дали човечеството ще намери някакъв баланс, ще покажат годините. Младите хора, които решават да се дистанцират от съвременните технологии, някои дори местейки се в малки, изолирани места, връщайки се назад не само технологично, но и като предишен начин на живот, се опитват да избягат именно от „системата“. От контрола, обществения натиск, безумното темпо на живот, в което индивидът се превръща в хамстер, въртящ колело в клетка, единственият изход от която изглежда е смъртта. Тази алегория присъства буквално и в „Черно огледало“ – в антиутопичната реалност на епизод S1.E2·Fifteen Million Merits (Петнайсет милиона заслуги) хората са принудени да въртят по цял ден колела, които генерират енергия. В зависимост от създадената

енергия получават кредити, които могат да харчат. Буквалната зависимост на хората от технологиите и абсолютно безчовечните отношения достигат кулминация в епизоди като S7.E1·Common People (Обикновени хора). Там разиграват идеята какво би се случило ако в здравеопазването навлезе популярния в момента модел за абонаментно заплащане. Привързването на индивидите към постоянно ежемесечно плащане е една от големите зависимости, които развива съвременното общество. Много я наричат дори съвременно робство. Но тази зависимост е двустранна – компаниите обвързват потребителите, а самите потребители желаят постоянна услуга. Какво би се случило обаче, ако от подобна дигитална услуга зависи нечий живот? Какво ще се случи, ако не можеш да си платиш услугата? Или компанията реши да промени условията? Да вдигне цените или да добави реклами например? Възможно ли е индивидът да се превърне в „жива реклама“ и под пълен контрол от компанията, която може във всеки един момент да изключи услугата или да я промени и човекът да остане в полуживо състояние? Изнудвайки го по този начин да плаща още и още... Нещо, което добре познаваме и днес в съвременната медицина, превърнала се в много отношения в добре работеща корпорация за печалби. Къде са границите и кой би могъл да гарантира контрол върху подобна технология? Животът и здравето в поредната стока и услуга ли се превръщат, привилегия единствено на богатите? И този епизод няма щастлив финал – когато избора на индивида се свежда единствено до отказ от живота, като единствено средство за спасение. Доминиращите финали в този сериал са трагични или компромисни, чертаещи бъдещето в далеч не светли краски. Вероятно това е причината голяма част от масовата аудитория да не го предпочита. Както многократно отбелязах, повечето зрители желаят бягство от реалността в стриминг платформите, а не отразен образ на самите тях или трудни въпроси за близкото бъдеще.

Използвана литература:

- Аструков, Йосиф (2018) Екран и сцена. Новите мултимедийни представления. София. [Astrukov, Yosif (2018) Ekran i stsena. Novite multimediyini predstavlenia. Sofia].
- Знеполски, Ивайло (1992) Катастрофата като филмова метафора. Наука и изкуство, София. [Znepolski, Ivaylo (1992) Katastrofata kato filmova metafora. Nauka i izkustvo, Sofia].
- Форман, Милош и Новак, Ян (1995) Повратна точка. Издателство „Анубис“, София. Достъпен от: <https://chitanka.info/book/11220-povratna-tochka> (Прегледан на: 19.09.2025) [Forman, Milosh i Novak, Yan (1995) Povratna tochka. Izdatelstvo „Anubis“, Sofia. Dostapen ot: <https://chitanka.info/book/11220-povratna-tochka> (Pregledan na: 19.09.2025)]
- Haddock, Vicki (2006) The Science of creating Killers/Human reluctance to take a life can be reverse through training in the method known as killology. Достъпен от:

<https://www.sfgate.com/science/article/THE-SCIENCE-OF-CREATING-KILLERS-Human-2514123.php> (Прегледан на: 19.09.2025)

McKinnie, Patrick (2016) *Combat Psychology: Learning to Kill in the U.S. Military, 1947-2012*. [Graduate Thesis] Winthrop University. Available: <https://digitalcommons.winthrop.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1046&context=graduatetheses> (Accessed: 19.09.2025)

Marshall, Samuel Lyman Atwood (2000) *Men Against Fire: The Problem of Battle Command*. University of Oklahoma Press.

Използвани източници:

Ahmed, Shaheen (2019) *Bandersnatch: The Meta Narrative of our Contemporary Times*. Достъпен от: <https://medium.com/@shaheenahmed/bandersnatch-the-meta-narrative-of-our-contemporary-times-6364a73eb60f> (Прегледан: 01.04.2025).

Britannica (2025) *Is Cancel Culture Good for Society?* Достъпен от: <https://www.britannica.com/procon/cancel-culture-debate> (Прегледан: 16.04.2025).

International Movie Database (без дата) *Black Mirror*. Достъпен от: https://www.imdb.com/title/tt2085059/?ref_=ttfc_fc_tt (Прегледан: 17.03.2025).

International Movie Database (без дата) *Black Mirror: Bandersnatch*. Достъпен от: https://www.imdb.com/title/tt9495224/?ref_=vp_close (Прегледан: 17.03.2025).

McGarrigle, Lia (2017) *Some People Are Only Just Realizing Why “Black Mirror” Is Called “Black Mirror”*. Достъпен от: <https://www.highsnobiety.com/p/black-mirror-title-meaning/> (Прегледан: 24.03.2025).

Reddit (без дата) *[Изображение]*. Достъпен от: <https://i.redd.it/d0bplvlg6721.png> (Прегледан: 01.04.2025).

Stover, Dawn (2024) *AI Goes Nuclear*. Достъпен от: <https://thebulletin.org/2024/12/ai-goes-nuclear/> (Прегледан: 22.03.2025).

Vesti.bg (без дата) *OpenAI пусна най-усъвършенствания си генератор на изображения и превзе социалните мрежи; OpenAI представи нова функция в ChatGPT-4o: Генериране на изображения в стил „Студิโอ Гибли“*. Достъпен от: <https://www.vesti.bg/tehnologii/studio-gibli-i-ai-kreativni-izobrazheniia-ili-otkradnati-avtorskiprava-6224745> (Прегледан: 31.03.2025).

Йосиф Аструков е главен асистент в сектор „Екранни изкуства“ на Института за изследване на изкуствата, БАН. Режисьор, фотограф и оператор. Изследванията му са в областта на танц и видео, експериментално кино, мултимедийни представления, фотография. Автор е на книгите „VideoDance“, 2015, „Екран и сцена. Новите мултимедийни представления“, 2018, и „Фотографията като...“, 2023.

Iosif Astrukov is a Chief Assistant Professor at the Screen Arts Department of the Institute for the Study of Arts, Bulgarian Academy of Sciences. Director, photographer and cinematographer. His research is in the field of dance and video, experimental cinema, multimedia performances, photography. He is the author of the books “VideoDance” (2015), “Screen and Stage. New Multimedia Performances” (2018), and “Photography as...” (2023).

Рецензия за монографията
Дигитализация на любовта: в търсене на интимния Друг
с автор гл. ас. д-р Ния Нейкова
СВЕТЛА КОЛЕВА

Review on the monograph
Digitization of Love: In Search of the Intimate Other,
author Senior Assistant Professor, PhD Niya Neykova
 Svetla Koleva
 email: svetla.koleva@ips.bas.bg
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9270-6670>
 DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.129-133>

Резюме: Рецензия за монографията на Ния Нейкова *Дигитализация на любовта: в търсене на интимния Друг* (Академично издателство „Проф. Марин Дринов“, 2025, 231 с., ISBN 978-619-245-516-3; DOI: 10.7546/D.Love.2025). Чрез интердисциплинарен анализ на промените в любовта и интимността на дигитално социализираното поколение млади хора в България книгата отваря научния дебат към протичащите ценностни, нормативни, поведенчески, идентичностни трансформации в съвременното българско общество като част от глобални процеси.

Ключови думи: любов, интимна опитност, дигитализация, поколенчески промени

Abstract: Review of Nia Neykova's monograph *Digitization of Love: In Search of the intimate Other* (Bulgarian Academy of Sciences Publishing House "Prof. Marin Drinov", 2025, 231 p., ISBN 978-619-245-516-3; DOI: 10.7546/D.Love.2025). Through an interdisciplinary analysis of the changes in love and intimacy of the digitally socialized generation of young people in Bulgaria, the book opens the scientific debate to the ongoing value, normative, behavioral, identity transformations in contemporary Bulgarian society as part of global processes.

Keywords: love, intimate experience, digitization, generational changes



Монографията *Дигитализация на любовта: в търсене на интимния Друг* на гл. ас. д-р Ния Нейкова представлява цялостен, аналитично обоснован и емпирично верифициран анализ на трансформациите на любовта и интимността в дигитализация се социален свят. Чрез изследване на поколение български младежи, социализирани онлайн, книгата проблематизира промените в трансфера на знания и ценности, в усвояването на културни норми и светогледни представи, в изграждането на поведенчески модели и идентичности под влияние на новите информационни и комуникационни технологии. По този начин се разкрива динамиката в ценностните ориентации и социалните отношения в съвременното българско общество като част от

глобалните процеси. От тази първа, отличителна характеристика на монографичния труд произтичат останалите му достойнства, които го правят незаобиколима референция в последващо осмисляне на преплитащите се, противоречиви процеси на индивидуализация и технологична хомогенизация, на социална фрагментация и културна хегемонизация в съвременния свят.

Разгледана спрямо най-новите концепции на световната социалнонаучна мисъл и изследователската традиция на социалните науки в България, монографията на Ния Нейкова е приносна в няколко отношения.

На първо място, осмисляйки темата за любовта и интимността през всекидневните практики на младите хора в и извън дигиталното пространство, книгата не просто обособява нов обект на изследване – дигиталната любов. Заглавието преодолява липси в досегашните проучвания на любовните отношения в Интернет и очертава ново изследователско поле като пресечна точка на три реалности – лични отношения, културни модели и технологии, които до този момент не са изучавани във взаимната им връзка и зависимост и произтичащите от това промени във всяка една от тях. С ерудиция, изследователско умение и аналитична прецизност Ния Нейкова успява да изгради интердисциплинарна рамка на своето проучване. Ако културните изследвания, поставящи акцент върху ролята на културата за създаване и промяна на поведенчески модели и върху процесите на конструиране на индивидуалната и колективната идентичност, са най-общият хоризонт на изследователските задачи, социологическите и антропологическите теории осигуряват богатство от модели за интерпретация и аргументация на наблюдаваните практики. От своя страна, медийните изследвания уплътняват методологически проучването с идеята за мрежова медийна среда на дигиталното потребление. Изключително доброто познаване на еволюцията на идеите в различните научни дисциплини позволява на авторката да формулира адекватни изследователски въпроси и допускания, чиято теоретична обоснованост не застопорява, а отваря анализа към емпирично случайното, неподозираното, непредвидимото.

И тук идва другият приносен момент на монографията. Финият, нюансиран анализ, който води към установяване на нови зависимости и модифицирани влияния на културни норми, стереотипи и идеали в дигитално потопените любовни отношения, е възможен не само благодарение на солидната научна ерудиция, но и

на мобилизирането на широк спектър от методи и техники (полустандартизирани интервюта, фокус групи, тематични анализи на сайтове и видеоматериали, анализи на съдържание на традиционни медии). С тяхна помощ теоретичните предположения са подложени на емпирична проверка. Книгата се основава на богат и разнообразен емпиричен материал (интервюта и разговори със 72 респонденти от различни градове и села в България, с различен етнически произход; изследване на индустрията на експертната помощ в любовта въз основа на 72 статии, 7 интервюта с водещи пикапъори, коментари в чат форума по общо 7119 теми от 3342 официално регистрирани членове на български сайт; изследване на подкасти в Ютюб на известни български инфлуенсъри, посветени на любовта, интимността и връзките в общ обем от 93 видео единици; изследване на репрезентации за връзки, интимност и любов във виртуалната реалност въз основа на 240 видеоклипа в Ютюб и на официалните сайтове на седемте най-добри, според класацията на Гугъл за 2023 г., приложения за запознанства във виртуалната реалност), събран в периода 2018–2023 г., който показва съжителството на противоречиви представи, възприятия и практики в онлайн и офлайн полето на любовта и интимността. Ако многопластовата емпирична картина е безспорно изследователско постижение, нейното обяснение и интерпретация могат да бъдат определени като най-значимия принос на авторката, именно защото не тушират, не пренебрегват, не загърбват различията, опозициите, апориите дори, а търсят ключ към тяхното разбиране.

В следващите редове ще се спра само на част от изследователските резултати – тези, които съдържат мощен идеен потенциал за преосмисляне на технологичните и ценностните трансформации в съвременното българско общество, носител на които се оказва най-личното, общовалидно и същевременно податливо на културни, идеологически, политически, икономически, социални, верови влияния отношение, каквото е любовта. Изследвайки динамиките в медийното потребление на младите хора, чиято отличителна черта е всекидневното използване на информационни и комуникационни технологии, Ния Нейкова успява да покаже, че дигитализацията на любовта („процесът на изразяване на чувства и отношения на близост, включително като част от всекидневната комуникация, чрез новите информационни и комуникационни устройства и онлайн платформи“, с. 7) е *диагностичен образ на протичащите промени от нормативен,*

поведенчески, комуникационен, идентичностен порядък в съвременното общество. Чрез концепцията за прехода от романтичен към пост-романтичен модел на интимните отношения авторката обяснява тези промени не като еднозначни, еднолинейни, еднопосочни, а като процеси на конкуриране, изместване, отместване, завръщане, преработване на норми, кодове и йерархии, в които „старо“ и „ново“, „бивше табуизирано“ и „настоящо трансгресивно“, „популярно“ и „елитарно“ преструктурират ценностните и етическите хоризонти на поколенията и начините на тяхното индивидуално преживяване. Ако новите информационни и комуникационни средства са основният оператор на технологичните промени, създаденото от тях дигитално пространство е населено със свободи (рестриктивните норми на местната среда, родителският и учителският контрол биват преодолявани) и принуди (интимна публичност, интериоризирани кодове на комуникация и т.н.), използвано в различни контексти (Фейсбук, Инстаграм, Снапчат, Месинджър, Дискорд, ТикТок) и с разнообразни стратегии (за запознанство, възмездие, социализация, контрол), „опитомено“ от самите млади хора. Включени във всекидневните им практики, дигиталните технологии са прилагани творчески и индивидуално, а чрез симбиозата средство – потребител при колективната им употреба се задвижват нов тип социални отношения или се прелегитимират стари. Оттук и установените феномени и тенденции на дигитализиране на пред-дигитални форми на пред-брачно общуване (свързани с ритуалността на ключови етапи от любовната връзка като флирт, обяснение в любов, обмяна на интимни съобщения, публична театрализация на връзката, ревност, раздяла), на хоризонтално сближаване на интимните практики на младежи от различни социални слоеве, на опубличностяване на частното интимно пространство, сполучливо определено от авторката като „дигитална интимност на сцена“, на преместване на трансфера на знания и опит от междупоколенческият към вътрешнопоколенческият и експертния канал на влияние.

В същото време прецизният аналитичен инструментариум и богатият емпиричен материал позволяват на авторката да покаже а) социологическата значимост на населеното място не по отношение на дигитализираните интимни практики на младите хора, а на функционирането на дигиталното пространство („В малкия град социалните мрежи създават скрито интимно пространство като алтернатива на публичното пространство, докато в големия град те са по-скоро

сцена за възпроизвеждане на интимното на публично място“, с. 207) и б) социологическата специфика на половото равенство в дигиталното пространство в България (наличие и прилагане на сходни ресурси при двата пола за постигане на успешна интимна връзка и социално утвърждаване) за разлика от защитаваната и доказана от Ева Илуз теза за възпроизводство на старите полови неравенства в новите дигитални пространства и продължаващото „мъжко господство“ в признаването и обвързването в неолибералните общества.

Към съдържателните достойнства на монографията на Ния Нейкова се прибавят езиковият финес и стилова яснота на изложението. По ненатраплив и деликатен начин авторката превежда читателя през епохи, теоретични концепции, изследователски терени. Точно намерените и интригуващи заглавия на отделните подчасти засилват интереса на читателя, водейки го към поредното разплитане на пъзела „дигитално търсене на интимния друг“, а оттам към осмисляне на проблеми и процеси с фундаментално значение за изграждане на саморефлектиращо и критично общество.

Светла Колева, д.с.н. е професор по социология в Института по философия и социология при БАН, гл. редактор на списание „Социологически проблеми“. Изследователските ѝ интереси са в областта на история на социологията, епистемология на социалните науки, политическа социология, социология на образованието. Автор на монографиите: *Социологията като проект. Научна идентичност и социални изпитания в България, 1945–1989 година* (2005); *Социологията в България през погледа на поколенията (интервюта с български социолози)* (2012); *Знанието като ценност, познанието като признание* (2015); *Totalitarian Experience and Knowledge Production. Sociology in Central and Eastern Europe 1945–1989* (2018).

Svetla Koleva, D.S.S., is a Professor of Sociology at the Institute of Philosophy and Sociology at the Bulgarian Academy of Sciences and Editor-in-Chief of the journal “Sociological Problems”. Her research interests include the history of sociology, the epistemology of the social sciences, political sociology, and the sociology of education. She is the author of the monographs *Sociology as a Project: Scientific Identity and Social Challenges in Bulgaria, 1945–1989* (2005); *Sociology in Bulgaria Through the Eyes of Generations (Interviews with Bulgarian Sociologists)* (2012); *Knowledge as Value, Cognition as Recognition* (2015); and *Totalitarian Experience and Knowledge Production: Sociology in Central and Eastern Europe, 1945–1989* (2018).

Рецензия на книгата

Медии и политика. Преплитане и влияние на Илия Вълков

Светла Цанкова

**Monograph Review of *Media and Politics: Intertwining and Influence*,
Author Iliya Valkov
Svetla Tsankova**

email: s.tzankova@unwe.bg

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1239-5308>DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.134-137>

Резюме: Монографията на д-р Илия Вълков „Медии и политика. Преплитане и влияние“ отразява отношенията и зависимостите между журналистиката и властта. В нея е отделено особено внимание на проблемите, свързани със свободата на словото в България, на необходимостта медиите ефективно да изпълняват своята роля на обществен страж, а не да бъдат използвани от властта като инструмент за натиск и влияние.

Ключови думи: медии, политика, свобода на медиите, медиатизация на политиката, политизация на медиите

Abstract: Dr. Iliya Valkov's monograph "*Media and Politics: Intertwining and Influence*" examines the relationships, dependencies, and dynamics between journalism and political power. Special attention is given to the state of media freedom in Bulgaria and to the challenges faced by the media in fulfilling their democratic role. The author emphasizes the need for the media to function as an independent public watchdog rather than being used by those in power as a tool for pressure and influence.

Keywords: media, politics, media freedom, mediatization of politics, politicization of the media



Монографията на д-р Илия Вълков „Медии и политика. Преплитане и влияние“ поставя във фокуса на вниманието сложните взаимоотношения между медиите и политиката и дава критична оценка на всички проблеми в медийната среда и в журналистиката, които произтичат от тяхното преплитане и взаимно влияние. Авторът като действащ журналист и университетски преподавател по медии и журналистика много аргументирано дава израз на своето безпокойство, че медиите от „куче-пазач“ се превръщат в „куче с махаща опашка“.

Още в увода той споделя своето виждане за журналистиката и политиката: „Силната и свободна журналистика поддържа имунната система на обществото, полага грижи за здравето на демокрацията. Политиката трябва по честен и прозрачен начин да решава общественозначими проблеми, да отговаря на социални очаквания, да създава

хоризонти за развитието на икономиката и за благоденствието на гражданите.“ (Вълков, 2025: 8).

Монографията е с обем от 200 страници, които включват 122 страници основен текст и 65 страници с дълбочинни интервюта, проведени от автора.

Впечатление прави добре премислената и прецизна структура на монографията. Авторът в рамките на 4 глави е съумял да обхване основните аспекти на темата за медиите и политика и тяхното преплитане и влияние. В увода Илия Вълков посочва, че ще разгледа процесите на политизация на медиите и медиатизация на политиката в широк социален контекст, а основната задача на изследването е да се проследят връзките и взаимните влияния между медиите и политиката в демократичното общество. Прецизно са очертани обекта и предмета на изследване и е изведена тезата на автора, че *„демократичните дефицити стимулират културата на натиск върху медиите и превръщат журналистиката в застрашена и трудна за практикуване професия.“* (Вълков, 2025: 7).

В процеса на работа по монографията Илия Вълков използва многоаспектен, холистичен (комплексен), системен и динамичен подход, което му позволява да анализира динамиката на изследваните обекти и връзките между тях. Методите включват: описание, сравнение и интерпретация на теоретични концепции и емпирични данни, наблюдение на социални процеси, типологизация, изследване на случаи (case study), включено наблюдение, проведени са и дълбочинни интервюта с 15 журналисти. Това е предпоставка за провеждането на качествено и задълбочено изследване на темата и за постигането на значими резултати.

В първа глава – „Медиите и демокрацията“, Илия Вълков анализира базисни процеси и тенденции в развитието на съвременното демократично общество и очертава основните задачи и функции на медиите, за да могат те да изпълняват ролята си на гарант на демократичния ред. Тук задължително трябва да отбележим задълбоченото познаване на научната литература по темата – цитирани са авторитетни изследователи (както чужди, така и български), а също и умението на автора да ги анализира критично, да приложи своя собствен прочит и да даде оценка на протичащите процеси на взаимно влияние между политиката и медиите. Към това е добавена и част от проведените дълбочинни интервюта, свързана с темата за ролята на медиите в демократичното управление, което по особено успешен начин показва проекциите на изведените проблеми върху българската медийна практика и дава храна за размисъл.

Във втора глава „Индексиране на взаимовръзката между демокрация и медии“, авторът представя водещите индекси за измерване на демокрацията и на свободата на изразяване като „Индексът на демокрацията“ (проект на частната компания The Economist Group), „Свободата в света“ (Freedom in the World) на американската неправителствена организация Freedom House, индексът на „Репортери без граници“, International Research and Exchanges Board (IREX), индексът на Центъра за медиен плурализъм и свобода на медиите (ЦМПСМ) (Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) към Европейския университетски институт (Флоренция). Илия Вълков прави задълбочен анализ на методологията, по която се изготвят тези индекси и оценява обективно техните предимства и недостатъци, като подчертава, че те са работещ научен инструмент, който използва характерна методология за наблюдение и анализ на медийната среда в отделните държави и региони. Представени са и актуални данни за 2024 г. на базата на цитираните индекси. Авторът е отделил внимание и на понятието „медийна почтеност“ - тя е важен обект на изследване, като във фокуса ѝ са основно качествени показатели. Цитирани са анализите на Академията на Дойче веле (Media Viability Indicators, MVI) и Югоизточната медийна обсерватория, като отново прави впечатление задълбоченото познаване на методиката и умението на автора да оцени критично представените проучвания.

Трета глава – „Упадъчните връзки между демокрация и медии“, разглежда темите за политическия и медиен популизъм, като умело съчетава теорията с много добре подбрани примери, които показват отличното познаване на българската медийна среда. По този начин Илия Вълков доказва твърдението си, че разпространението на популизма от политиката в медиите е видим индикатор за взаимните влияния между тях. Отделено е внимание и на ролята на медиите да дават възможност на хората да бъдат активни граждани, а не просто консуматори на медийни продукти. Разгледани критично са и процесите на медиатизация на политиката, като отново по много добър начин са съчетани теоретичните постановки и примерите от медийната практика – както българска, така и чужда. Включени са и мненията на част от анкетираните журналисти по тази тема, които потвърждават изведените от автора зависимости между политиката и медиите.

В четвърта глава – „Медии и политика в полета на преплитане“, авторът Илия Вълков разглежда проблемите за политизирането на журналистиката, за промяната на нейната роля от „куче-пазач“ към ролята на пазено куче и за различните форми

на натиск и влияние върху медиите от страна на политиките. Отново са посочени много примери за преплитането между медиите и политиката, които за съжаление сериозно сричат доверието в журналистиката. Цитирано е и проучване на АЕЖ за 2024 г., което също потвърждава наличието на натиск върху медиите и журналистите, включени са и части от дълбочинните интервюта, които разкриват тенденциите на цензура и автоцензура в родните медии.

Заклучението на монографията представя основните изводи от проведеното от Илия Вълков изследване и убедително доказва тезата на автора, изведена в увода, че демократичните дефицити стимулират културата на натиск върху медиите и превръщат журналистиката в застрашена и трудна за практикуване професия.

Монографията на д-р Илия Вълков „Медии и политика. Преплитане и влияние“ представлява ценно и актуално изследване. Тя се отличава със задълбочено познаване на теоретичната литература по проблематиката, с умение за критичен и обективен анализ, с подбор на убедителни аргументи и примери от медийната практика, с ясна и обоснована собствена оценка на разглежданите проблеми, с умелото използване на разнообразни методи на изследване. Много ценни са и проведените от автора дълбочинни интервюта с журналисти – зададените въпроси са добре премислени, систематизирани и коректно формулирани. Впечатление прави не само качеството на анализа, но и отработения и прецизен научноизследователски стил на автора, а също и високата езикова култура.

Монографията ще бъде изключително полезна не само за студенти по медии и журналистика, политология, социология и други, но ще представлява интерес за медийните изследователи и журналистите, а също не и за политиките, държавните институции и редица неправителствени организации.

Използвана литература:

Вълков, Илия (2025) *Медии и политика. Преплитане и влияние*. София: Академично издателство УНСС [Valkov, Iliya (2025) *Medii i politika. Preplitane i vliyanie*. Sofia: Akademichno izdatelstvo UNSS].

Доц. д-р **Светла Цанкова** е преподавател в катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС. Автор е на монографиите „Периодичният печат в България: пазар и реклама“ (2010) и „Съвременна българска преса (пазарни и качествени трансформации“ (2018), на студии и статии в областта на печатните медии, журналистическите жанрове, теорията на медиите, медийната грамотност.

Assoc. Prof. Svetla Tsankova, PhD, is a lecturer in the Department of Media and Public Communications at the University of National and World Economy (UNWE). She is the author of the monographs “*Periodical Press in Bulgaria: Market and Advertising*” (2010) and “*Contemporary Bulgarian Press (Market and Quality Transformations)*” (2018), as well as studies and articles in the fields of print media, journalistic genres, media theory, and media literacy.

**Семинарът „България след Чернобил“
или за медийното мълчание по време на аварията в днешните
изследвания**

Петя Александрова

**Seminar *Bulgaria after Chernobyl*.
Media silence during the accident in contemporary research**

Petia Alexandrova

email: palexandrova@nbu.bg

ORCID: 0000-0002-0652-7917

DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.138-145>

Резюме: Научен отзив на доклади на тема: „България след Чернобил“. Семинар по проект със същото име е организиран от Центъра за академични изследвания София и Институтът за изследване на близкото минало „Проф. Ивайло Знеполски“

Ключови думи: Чернобил, ядрена авария, последствия в България

Abstract: Scientific review of reports on the topic: “Bulgaria after Chernobyl”. A seminar on a project with the same name was organized by the Center for Academic Studies Sofia and the Institute for the Study of the Recent Past “Prof. Ivaylo Znepolski”

Keywords: Chernobyl, nuclear accident, consequences in Bulgaria

Проектът „България след Чернобил“, чрез редовен семинар от януари 2025 г., подготвя общността за отбелязването на 40 години от ядрената авария в Чернобил, с акцент върху бездействието и неговите последствия за българското население. Организатори на форума са Центърът за академични изследвания София и Институтът за изследване на близкото минало „Проф. Ивайло Знеполски“. Вече са представени доклади на тема „Българският Чернобил: Археология на моралния дебилизъм“ от Димитър Вацов; „Българската държава и аварията Чернобил: процес на взимане на решения, исторически контекст и последици“ от Момчил Методиев, документалния филм „Хроники за неудобната истина. България след чернобилската авария“ от Атанас Кръстанов; „Чернобил в поверителните приложения на БТА“ на Ния Райчева, студент по история в Университета на Утрехт със специализация в съвременна политическа история на Европа; „Козлодуйски спомени и размисли за Чернобилската авария и за ядрената енергетика“ от Георги Касчиев; „Поверително и строго поверително – разликата. Из архивите на БТА“ на

Панайот Денев; „Аварията в Чернобилската АЕЦ и Българската народна армия“ на Живко Лефтеров; „АЕЦ Козлодуй – избор на площадка, експлоатация, проблеми и аварийен план 1966 – 1989“ на Димитър Гюдуков. Целта на изследванията е цялостно оглеждане на събитията чрез различни методи – на историци, философи, социолози, физици, журналисти и изследователи на медии, а също и включването на лични спомени на участници. При кръстосването на данни и анализи се отваря възможност да се компенсират годините мълчание или чисто политическо говорене за аварията в Чернобил. Медиите се придържат към официалното мълчание и омаловажаване, но някои следи от диференцирана информация могат да бъдат проследени в различните типове бюлетини на БТА. Настоящият текст представя в резюме изнесеното в докладите на експерти¹.

40 години по-късно

Мрачният юбилей е повод за по-разгърнат анализ по темата Чернобил с инициатор Димитър Вацов, който определя информационното затъмнение около катастрофата като „едно от най-тежките престъпления на комунизма в България“. Участниците в семинара изследват обществените и политическите реакции в България след ядрената катастрофа в Чернобил, като поставят акцент върху механизмите на дезинформация и моралната динамика на обществото в условията на криза.

Използвани са и секретните бюлетини на БТА, които представляват ценен исторически източник за начина, по който информацията е била филтрирана и контролирана от властта.

Експлозията в АЕЦ – история. На 26 април 1986 г. в четвърти блок на атомната електроцентрала с гръмкото име „Ленин“ в Чернобил, Припят, (днес все още Украйна, тогава СССР) избухва ядрена авария с катастрофални последствия. Световната здравна организация (СЗО) отбелязва, че от Чернобил са изпуснати 200 пъти повече радиоактивност в бекерели от атомните бомби, хвърлени над Хирошима и Нагасаки (Грийнпийс, 2016). Радиационният облак минава над Източна, Централна Европа и Скандинавието. Предполага се, че през годините над 115 хиляди души са починали от заболявания, причинени от радиацията.

¹ Текстът само преразказва направените заявки за изследвания на колегите, на този етап е рано да се правят обобщения.
 Медиалог/ Medialog, бр. 18/2025
 ISSN 2535-0846
<https://periodicals.uni-sofia.bg/index.php/medialog>

Ръководството на Съветския съюз не информира веднага света за инцидента, предпочитайки да го омаловажи. Но съветският посланик в България ден или два след това е предупредил лично Тодор Живков за радиоактивния облак, защото от 30 април военните окръжия започват да мерят радиацията във всички области на страната. Те докладват данните три пъти на ден на щаба на Гражданската отбрана, който ги предава на Политбюро и правителството в сводки, запазени до днес (Лефтеров, 2025). От документите се вижда, че българските власти „са знаели отлично какво се случва“. В архивите е запазена доста пълна картина за това как тече информацията и как се увеличава радиацията (Вацов, 2025). „Ден по ден, окръг по окръг, се мери радиацията във въздуха, водата, почвата, млякото, месото, плодовете и зеленчуците.“ В същото време замервания правят и други лаборатории – на Селскостопанската академия, на Софийския университет, на Медицинската академия (Касчиев, 2025). Има и специално оборудван хеликоптер, който с тази цел облита България.

Радиационният облак идва над България следобед на 1 май 1986 г. Уточнението „следобед“ е важно, доколкото в повечето спомени облъчването се свързва със задължителната манифестация на Деня на труда, която се провежда сутрин – следователно маршируващото население под звука на тържествени фанфари все още не е засегнато, въпреки метафоричната връзка. Властите в България са напълно наясно за идването на радиацията, но нищо не казват в продължение на седмица – това е една от най-дълбоко критите новини.

Информационно затъмнение. Съобщения в медиите.

Според всички западни информации самият факт, че СССР официално все пак съобщава за бедствието, макар и не веднага – „нещо безпрецедентно в информационната му практика“ – говори, че „се е случило нещо много сериозно“.

В първата седмица след пристигането на радиоактивния облак, когато радиацията у нас е най-тежка, дезинформацията на населението е тотална. На 2, 3, 4 и 5 (БТА 1986)² май БТА пуска новини от името на Комитета за изследване на атомната енергия за мирни цели, че „се следи радиационният фон, но няма никакво

²Съобщение на КИАЕМЦ в бюлетин „Вътрешна информация“ на БТА от 5 май 1986 г.: „Наблюденията за радиационната обстановка продължават. Усилена и разширена е мрежата за контрол, която непрекъснато дава данни за цялата страна. В по-голямата част от окръзите няма изменения в нормалната радиационна обстановка, характеризирана със среден показател за страната от 0,015 до 0,025 милирентгена за час“.

опасност за населението“. На 2, 4 и 6 май пак от Комитета за използване на атомната енергия за мирни цели (КИАЕМЦ) във вестник „Работническо дело“ излизат официални съобщения, че всичко е под контрол и никаква опасност няма (Вацов, 2025).

Първите оповестени данни, които достигат до населението, са едва на 7 май. По Българската телевизия Любомир Шиндаров, заместник-министър на здравеопазването и главен санитарен инспектор и Иван Пандев, председател на КИАЕМЦ, с успокоителен тон споменават, че „има някаква радиация, но тя не е опасна“ и че „изкуствената аерозолна радиоактивност през периода 1951 – 1963 г. е превишавала приблизително 1000 пъти тази, която се съдържа във въздуха в настоящия момент“ (а съотношението е точно обратното). Те препоръчват две „дребни мерки“: да не се ядат марули и листни зеленчуци и децата да не играят в пясъчници и да се мият по-често (Методиев, М., 2025). Учените радиолози по онова време препоръчват много повече мерки. Те обаче са принудени да подпишат декларации за конфиденциалност (Касчиев, 2025).

„На 7 май се публикува невзрачно каре на четвъртите страници във вестниците, че „нещо незначително се е случило“ в Чернобил. Но още на 30 април започват спешно измерванията на радиационния фонд и се създава постоянна комисия за аварии и се взимат спешни и радикални ефективни мерки за най-висшия ешелон, начело с Тодор Живков, който лъже, че той най-много е пострадал от аварията, защото се разхождал из планината“, казва Келбечева.

Българите постепенно научават за радиацията най-вече от западните радиостанции, докато официалните български медии правят специална пропагандна кампания, с която обявяват западната информация за дезинформация. Във вестниците излизат гръмки заглавия като „Отровният облак на антисъветизма“ и „Черната пропаганда за Чернобил“ (Вацов, 2025).

На 9 май комунистическите власти – в лицето на Постоянната правителствена комисия (ППК) на Григор Стоичков – вероятно все пак чуват позицията на радиолозите и препоръчват мерки за превенция, които забраняват масови мероприятия на открито за деца и младежи.

А на 24 май, въпреки че опасността не е отминала, както се вижда и от ежедневните сводки, с прессъобщение в БТА е обявено, че цялата радиация и

целият проблем с радиацията са изчезнали. Съобщението е препечатано във всички тогавашни медии (Денев, 2025).

Единствено ген. Добри Джуров, тогава министър на отбраната, въвежда множество реални хигиенни мерки в армията, поради което войниците при последващи измервания се оказват в пъти по-слабо облъчени от цивилното население (Лефтеров, 2025).

Бюлетините на БТА

Журналистът Панайот Денев, по това време служител в Българската телеграфна агенция, по-късно неин генерален директор (1997 – 2002 г.), разказва историята на поверителните бюлетини, които БТА започва да издава още от 16 февруари 1898 г. (Сегова, 2025) „Винаги има един бюлетин, който е за управляващите хора. Всяка власт е искала, освен другите екстри, да притежава и особено високата привилегия да е по-информирана от управляваните. Тази практика не е нито само българска, нито е обичайна само за новото време“.

По спомените му през 70-те и 80-те години на 20-и век БТА издава едни явни служебни (информационни и статийни) и други поверителни бюлетини. Публикуват се политически и стопански новини, коментари, интервюта, репортажи от най-авторитетни източници и от автори със световна известност. „Черните“, наричани „Служебни“, според Панайот Денев са най-интересни и качествени бюлетини (1944 – 1990). Всички поверителни бюлетини са изпращани в плик по номенклатурен списък до ЦК на БКП по техен пратеник (Райчева, Н., 2025). Строго поверителният „По-важни събития от чужбина“, наричан още „Сводка“, излиза до четири пъти на ден. Смята се, че номенклатурата на длъжностите в държавата, които получават поверителни бюлетини, е около 9000 души. Но на пълна и точна информация за всичко по света, а често и в България имат право много по-малко. Правителствената номенклатура, за която чрез УБО са взети мерки при аварията в Чернобил, е същата, която по онова време получава секретните бюлетини С-2 и С-3, около 200 – 300 души. Това са хората, които получават храна от специализираните ресторанти на УБО и които посещават официалните резиденции. Същите тези лица са запознати от информациите в бюлетините какви мерки се взимат по света, включително и за мерките в социалистическите страни, намира Вацов (Лозанов, 2024).

Според Димитър Вацов и Ния Райчева архивът на Българската телеграфна агенция по темата дава точна сравнителна перспектива какви мерки са предприети в България, спрямо мерките в другите европейски страни, ден по ден. Например в Румъния при режима на Николае Чаушеску, който се счита за по-ретрограден от този в България, още на 2 май се дават предписания към населението и се обявява, че има радиация. Същото се случва и в Югославия.

Причини за мълчанието

Те не са лесни за проумяване, още повече, че за Чернобил от страна на СССР не е имало тежка и изрична забрана да се мълчи. Изборът пада върху българските управленци. Разрушава се един дълго битувал мит, че комунизмът може да се справи добре с кризи заради твърдата ръка и дисциплината. „Нашите просто са се скатавали и снишавали, докато мине бурята (любим израз на Тодор Живков, използван от всички номенклатурчици). Важно е да се проумее, че при властта тогава никъде няма подписани документи за дадени заповеди от високо ниво. Такива документи с преки заповеди има само от зам.-министри или министри. Това е причината да няма осъдени висши политически и партийни дейци и номенклатурчици от онова време. Под заповедите на Тодор Живков седи средният ешелон с подписа си. Партията взема всички решения, но не оставя никога следи“ (Вацов, 2025).

Що се отнася пряко да медиите, те са абсолютно зависими от властта и взетите политически решения. На практика вестници, радио и телевизия са представяли официалната линия на Партията. Единствено в БТА ситуацията е разделена в категории, съответно обозначени с различни букви и цветове (Райчева, 2025). За абонатите на явните бюлетени е валяло правилото на мълчанието по темата и омаловажаването. Абонатите на другите бюлетени с графа „поверително“ са имали известен достъп до класифицирана информация, основно достъпна през международните медии. За абонатите на бюлетините „строко поверително“ се е полагала специална грижа да бъдат адекватно запознати с опасностите и да предприемат съответните спасителни мерки... за себе си.

Години по-късно след смяната на властта на 10 ноември 1989

Стаеното недоволство от неадекватните мерки и от информационното затъмнение, в което хората са държани в годините на радиацията буквално избухва в медиите след падането на режима – в самия край на 1989 и през 1990 г., с плавно затихване след това.

През 1990 г. Главна прокуратура образува дело за скриването от българското общество на аварията в съветската атомна електроцентрала в Чернобил на 26 април 1986 г. То разполага с богат архив с документи (1990 – 1994) (Методиев, 2025). Като обвиняеми по делото са привлечени Григор Стоичков, зам.-министър председател (1977 – 1989) и кандидат член на политбюро на ЦК на БКП и Любомир Шиндаров, главен санитарен инспектор по време на аварията и зам.-министър на здравеопазването. Те са обвинени, че са нарушили нормативните документи за санитарните правила за радиационна защита и не са взели достатъчно ефективни мерки за опазване здравето на населението в България. Съдебният процес срещу тях започва април 1991 г., като са признати за виновни и осъдени (на 3 и 2 години затвор) за бездействието си, макар да са били пряко отговорни.

Присъдата по делото „Чернобил“ е от малкото ефективни присъди в България след 10.11.1989 г. за престъпления при комунизма (Паметбг). И ако за правосъдието случаят е приключен, то повдигнатите морални въпроси за мълчанието и бездействието на властта отварят път на изследвания от различни сфери да се занимават с „неудобната истина“ около аварията с Чернобил и нейното ехо в България.

Използвани източници:

- Бюлетин БТА. (1986) Бюлетин „Вътрешна информация“ на БТА. 5.05.1986 [BTA, byuletin „Vatreshna informatsia“ na BTA, 5.05. 1986]
- Вацов, Д. (2025) Въведение в темата: българският Чернобил. [Доклад] Изнесен доклад на 14 януари 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Vatsov D. „Vavedenie v temata: balgarskiyat Chernobil“ iznesen doklad na 14 yanuari 2025, v TsAI]
- Денев, П. (2025) Поверително и строго поверително – разликата. Из архивите на БТА. [Доклад] Изнесен доклад на 30 април 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Denev, P. „Poveritelno i strogo poveritelno – razlikata. Iz arhivite na BTA“, iznesen doklad na 30 april 2025, v TsAI]
- Касчиев, Г. (2025) Козлодуйски спомени и размисли за Чернобилската авария и за ядрената енергетика. [Доклад] Изнесен доклад на 15 април 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Kaschiev, G. „Kozloduyski spomeni i razmisli za Chernobilskata avaria i za yadrenata energetika“ iznesen doklad na 15 april 2025, v TsAI.]
- Келбечева, Е. (2024) Историкът проф. Келбечева за последствията от аварията в „Чернобил“ през 1986 г. *Днес+*. 26.04.2024. Достъпен от: https://dnesplus.bg/bulgaria/istorikat-prof-kelbecheva-za-posledstviyata-ot-avariyata-v-chernobil-prez-1986-g_1154744 (Прегледан: 10.09.2025). [Kelbecheva, E. Istorikat prof. Kelbecheva za posledstviyata ot avariyata v „Chernobil“ prez 1986 g. Dnes+, 26.04.2024]
- Лефтеров, Ж. (2025) Аварията в Чернобилската АЕЦ и Българската народна армия. [Доклад] Изнесен доклад на 12 май 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Lefterov, Zh. „Avariya v Chernobilskata AETs i Balgarskata narodna armia“, iznesen doklad na 12 may 2025, v TsAI.]

- Лозанов, Г. (2024) Интервю с проф. Димитър Вацов: „Българският Чернобил“: Как ни лъгаха за опасната радиация. *DW*. 26.04.2024. Достъпен от: <https://www.dw.com/bg/blgarskiat-chernobil-kak-ni-lgaha-za-opasnata-radiacia/a-68881165> (Прегледан: 8.09.2025). [Lozanov, G. Intervyu s prof. Dimitar Vatsov: „Balgarskiyat Chernobil“: Kak ni lagaha za opasnata radiatsia. *DW*, 26.04.2024]
- Методиев, М. (2025) Българската държава и аварията Чернобил: процес на взимане на решения, исторически контекст и последици. [Доклад] Изнесен доклад на 11 февруари 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Metodiev, M. „Balgarskata darzhava i avariyata Chernobil: protses na vzimane na reshenia, istoricheski kontekst i posleditsi“, iznesen doklad na 11 fevruari 2025, v TsAI]
- Паметбг. (няма дата) Делото „Чернобил“. [сайт] Достъпен от: <https://pametbg.com/index.php/bg/osujdane/v-bulgaria/28-2015-11-22-08-17-57> (Прегледан на: 07.10.2025). [Pametbg. (nyama data) Deloto „Chernobil“. [sayt] Dostapen ot: <https://pametbg.com/index.php/bg/osujdane/v-bulgaria/28-2015-11-22-08-17-57> (Pregledan na: 07.10.2025)]
- Райчева, Н. (2025) Чернобил в поверителните приложения на БТА. [Доклад] Изнесен доклад на 25 март 2025, в Център за академични изследвания (ЦАИ). [Raycheva, N. Chernobil v poveritelnite prilozhenia na BTA, iznesen doklad na 25 mart 2025, v TsAI]
- Севава, Д. (2025) Интервю с Панайот Денев. *БТА*. 30.04.2025 г. Достъпен от: <https://www.bta.bg/bg/ot-arhivite/881268-panayot-denev-shte-predstavi-doklad-na-tema-poveritelno-i-strogo-poveritelno> (Прегледан: 09.09.2025) [Sevova, D. Intervyu s Panayot Denev. *BTA*, 30.04.2025 g.]
- Грийнпийс (2016) Ядрени белези: Дългосрочното наследство на Чернобил и Фукушима. Greenpeace, Достъпен от: https://www.greenpeace.org/static/planet4-bulgaria-stateless/2019/03/ce8d428f-ce8d428f-nuclear_scars_report_web_bg.pdf, прегледан на 08.09.2025 [Giynpiys. Yadreni belezi: Dalgosrochnoto nasledstvo na Chernobil i Fukushima.]

Петя Александрова е професор и доктор на науките в Нов български университет. Работила е като редактор в БНР и БНТ, вестник „Стандарт“, списанията „Летература“, ЛИК, „АРТизанин“. Автор е на четири монографии („Мъките на заглавието“, „Изгубени в гледането“, „Преходни истории за култура и комуникации“, „Предимства и предизвикателства на късите форми“), множество публикации в специализирания и периодичен печат, сценарии на телевизионни предавания и на документални филми.

Petia Alexandrova is a Professor and Doctor of Science in New Bulgarian University. She worked as an editor at the Bulgarian National radio and Bulgarian National television, the newspaper “Standart”, the magazines “Literature”, “LIK”, “ARTizanin”, etc. Author of four monographs (“Pains of the Title”, “Lost in Seeing”, “Transitional Stories for Culture and Communication”, “Advantages and challenges. Models and practices of Bulgarian short features”), numerous publications in specialized and periodical press, scripts for television shows and documentaries.

**Обекти и дири – аспекти на реалността:
Втора съвместна изложба
На проф. Венцислав Димов и доц. Орлин Спасов
Десислава Сотирова**

**Objects and Traces – Aspects of Reality:
Second Joint Exhibition
of Prof. Ventsislav Dimov and Assoc. Prof. Orlin Spassov**
Desislava Sotirova
email: d.sotirova@fjmc.uni-sofia.bg
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9468-061X>
DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.18.146-150>

Резюме: Втора съвместна изложба на Венцислав Димов и Орлин Спасов бе експонирана в Художествена галерия Казанлък, филиал „Къща-музей Дечко Узунов“ (27 август – 12 ноември 2025 г.). Поместваме думи на авторите за представените в изложбата техни творби и линк към краткия видеофилм на Николай Колев за събитие в рамките на изложбата: представяне и дискусия, водена от Георги Лозанов, с участието на колеги от академичната общност и журналисти.

Ключови думи: Димов, Спасов, изложба, дискусия, Казанлък

Abstract: The second joint exhibition by Ventsislav Dimov and Orlin Spassov was displayed at the Kazanlak Art Gallery, “Dechko Uzunov House Museum” (August 27 – November 12, 2025). We present the authors’ words about their works featured in the exhibition and a link to Nikolay Kolev’s short video about an event within the exhibition: a presentation and discussion led by Georgi Lozanov, with the participation of colleagues from the academic community and journalists.

Keywords: Dimov, Spassov, exhibition, discussion, Kazanlak



ВЕНЦИСЛАВ ДИМОВ И ОРЛИН СПАСОВ

**Обекти и дири –
аспекти на реалността**



artgallerykazanlak.com

Втора съвместна изложба на проф. Венцислав Димов и доц. Орлин Спасов бе експонирана в Художествена галерия Казанлък, филиал „Къща-музей Дечко Узунов“ (27 август – 12 ноември 2025 г.). Изложбата, озаглавена „Обекти и дири – аспекти на реалността“, бе с куратор проф. Милена Георгиева, изкуствовед от БАН. В рамките на събитието авторите и домакините

организираха „симпозион“ – представяне и дискусия, водена от

доц. Георги Лозанов, с участието на колеги от академичната общност, журналисти, местни любители на изкуството. Събитието бе заснето от д-р Николай Колев и превърнато в кратък видеофилм, който може да бъде видян [тук](#) (автор на текста под видеото е Ралица Стефанова, БТА). Автор на плаката на изложбата е Георги Шаров.

Думи на авторите за представените в изложбата творби

Дада и Дири

Венцислав Димов

Ако тези редове са автопредставяне на собствените работи в изложбата, първото, което честно споделям, е, че са правени, ако перифразирам поета, от „слуга неподстриган в храма на изкуството“. Не държа работите ми да бъдат оценявани като изкуство, а по-скоро като свободно разкриване на онова, което ме е изкушавало да правя ненужни, непрактични и артистични неща и надеждата, че те ще провокират въображението и другиму, ще донесат радост и желание за игра.

Защо „Дада“? Георги Лозанов го обяснява, като тълкува една предходна версия на инсталациите, замислени и осъществени първо на брега на морето в Шабла: „Морето поема оставените от нас боклуци. Пречиства ги и ги връща на брега. И проф. Димов (по бански) на свой ред прави от тях инсталации. Осъществява се нещо като съавторско рециклиране на боклуци. Морето ги рециклира екологично и те вече са чисти, а той след това ги рециклира естетически и те вече са произведения на неговото изкуство, материал на собственото му въображение... И дали боклукът не „пише“ по честна история на собственото ни съществуване от паметниците, да речем, и въобще от ценностите, за които настояваме, че са представителни за нас. Тази тема минава през шабленските инсталации...“.

Защо „Дири“? Предметите, материята, „не-художественото“ присъстват и говорят в работите, използващи техниките на колажа, фротажа, асамблажа и монотипията. Вещите, докато се „обезвеществяват“, показват чрез следите на материалното онова отвъд вещественото, което за мен е съществено – без патетика, с ирония и самоирония, като детска игра. Определям се като „нешотърсач“: в играта на пътувания и срещи през случайните прозрения откривам материали, идеи, сюжети и образи за рисунките, инсталациите и колажите. Играещият нешотърсач надзърта отвъд уж-завършените работи: те ме провокират да ги продължа като процес, но и като осмисляния през дирите на неслучайни аналогии и пресрещания. В изложените работи могат да се открият идеи и техники, които летят през времето и гнездят в понякога населявани преди пространства на артистични течения (дадаизъм, сюрреализъм, наивизъм) и творци (Макс Ернст, Паул Клее, Раул Хаусман, Тристан Цара...).

Моето съ-участие в „Двоица 2“ споделя откроеното в другата част на изложбата – фотографиите на Орлин Спасов – пресичане на двете линии – документалното и метафоричното. Изразявам го в инсталации и пластики (recycled / upcycled art, ready-made). Тематичните и метафорични названия „Дада“, „Дири“, „Сплитове“ и „Ритуали“ обединяват инсталациите със серии рисунки в смесена техника, съчетаващи живописни и графични медии и техники (акрилни бои и акварел, рисунки с креда и гваш, монотипии, фротажи, колажи, асамблажи).

Приемете работите ми като покана: (по)дир Дада има различни дири, по които можем заедно да дирим себе си.

Обекти

Орлин Спасов

Представените в тази серия фотографии са обединени в условна рамка като „Обекти“. Става дума за теми, открити в градската среда на София. Тяхното конкретно „намиране“ до

голяма степен се дължи на случайността, но следва две линии на търсене.

Първата е свързана с документалния характер на фотографията и позволява визуално разкриване на обектите в тяхната фактичност – така както те буквално присъстват в града. Тук на преден план изпъкват някои социални теми. Те са свързани например с действията на улични артисти, „вандализиращи“ пътни знаци чрез надписи върху тях („Знаеш ли кой си реално?“). Или със състоянието на табели с имена на улици („Улица Гълъбец“, „Улица без име“). В други случаи интересът е насочен към обекти, които представят необичайни артефакти, създадени от непознати квартални творци („Христос от кооперацията“, „Камък в клетка“).

Отделна група оформят обекти, които впечатляват с това, че не са на „правилното“ място или са изоставени по необичаен начин („Градински фотьойл“, „Ръкавица след работа“, „Полуизхвърлен“). Други фотографии могат да бъдат разгледани като документиращи специфичен проблем, като обрастване с растителност на аварийен изход от двора на столично училище („Аварийен изход“). В серията са представени също така използването на ограждения с лента в столичен МОЛ („Изолиран обект“) и проява на черен хумор („Усмивката“, прозорец в сградата на Национална художествена академия). Обединяващи за фотографиите са озадачаващото и странното.

Във всички тези случаи градът се разкрива като сцена, на която различни актьори разчупват обичайната градска рутинност и имат потенциала да спрат за миг наблюдателя, да го накарат да се замисли, да насочи обектива. Действието е обърнато навън, към хората, към минавачите, към които са отправени послания, макар понякога непреднамерени и далеч не винаги еднозначни и лесни за разчитане.

Втората линия на търсене се разгръща около метафоричния потенциал на образа, отиващ отвъд това, което снимките (и

обектите) буквално разкриват. Същите фотографии сега вече не само документират моменти от градската среда, а заживяват и друг свой, по-еманципиран живот. Връзката с документалното остава като необходима основа, но на това второ ниво потенциалът за интерпретация е много по-отворен.

Възможностите за пресичане на двете линии, на документалното и на метафоричното, е основният движещ интерес зад селекцията от фотографии, обединени в серията „Обекти“. Разбира се, тук става дума не за нещо много по-различно от завръщане към самата двойствена природа на фотографията: да бъде едновременно обективна и асоциативна. Но всеки фотограф обединява тези два аспекта по свой начин.



Орлин Спасов, Георги Лозанов и Венцислав Димов
Фотография: Йосиф Аструков

Д-р **Десислава Сотирова** е главен асистент в катедра „Радио и телевизия“ във Факултета по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Автор е на монографията „Събитията в рамка. Медийно отразяване на евроатлантическата интеграция на Западните Балкани (1999 – 2018 г.)“ (2022) и множество научни публикации. Изследователските ѝ интереси са в сферата на телевизионната комуникация, международната журналистика и медийните изследвания.

Desislava Sotirova, PhD., is a Chief Assist. Prof. in the Department of Radio and Television at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski”. She is the author of the monograph “Framed Events. Media Coverage of the Euro-Atlantic Integration of the Western Balkans (1999-2018)” (2022) and numerous scientific publications. Her research interests are in the fields of television communication, international journalism, and media studies.

За авторите в броя:

Д-р Десислава Сотирова е главен асистент в катедра „Радио и телевизия“ във Факултета по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Автор е на монографията „Събитията в рамка. Медийно отразяване на евроатлантическата интеграция на Западните Балкани (1999 – 2018 г.)“ (2022) и множество научни публикации. Изследователските ѝ интереси са в сферата на телевизионната комуникация, международната журналистика и медийните изследвания.

Йосиф Аструков е главен асистент в сектор „Екранни изкуства“ на Института за изследване на изкуствата, БАН. Режисьор, фотограф и оператор. Изследванията му са в областта на танц и видео, експериментално кино, мултимедийни представления, фотография. Автор е на книгите „VideoDance“, 2015, „Екран и сцена. Новите мултимедийни представления“, 2018, и „Фотографията като...“, 2023.

Никола Венков-Роуз е главен асистент в Института по философия и социология при Българска академия на науките и доктор по социология от Софийски университет (2017 г.). Научните му интереси са както в областта на градската антропология (маргинализация, власт и съжителство в града), така и около постфундационистката дискурсна теория на Лаклау и приложението ѝ за преосмисляне на актуални понятия като популизъм, пропаганда и политизация на идентичностите през новите медии.

Петя Александрова е професор и доктор на науките в Нов български университет. Работила е като редактор в БНР и БНТ, вестник „Стандарт“, списанията „Летература“, ЛИК, „АРТизанин“. Автор е на четири монографии („Мъките на заглавието“, „Изгубени в гледането“, „Преходни истории за култура и комуникации“, „Предимства и предизвикателства на късите форми“), множество публикации в специализирания и периодичен печат, сценарии на телевизионни предавания и на документални филми.

Д-р Ралица Ковачева е доцент във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Св. Климент Охридски“. Публикувала е монографиите „Център и периферия на европеизираните публични сфери“ (2017) и „Новините от света. За смисъла и ползите от международната журналистика“ (2020), както и изследването „Медиатизираното измерение на външната политика“ (2017) в съавторство с проф. д-р Мария Нейкова. Изследователските ѝ интереси са в сферата на международните отношения и международната журналистика, медийното отразяване на европейски теми, дезинформацията и проверката на факти.

Светла Колева, д.с.н. е професор по социология в Института по философия и социология при БАН, гл. редактор на списание „Социологически проблеми“. Изследователските ѝ интереси са в областта на история на социологията, епистемология на социалните науки, политическа социология, социология на образованието. Автор на монографиите: Социологията като проект. Научна идентичност и социални изпитания в България, 1945–1989 година (2005); Социологията в България през погледа на поколенията (интервюта с български социолози) (2012); Знанието като ценност, познанието като признание (2015);

Totalitarian Experience and Knowledge Production. Sociology in Central and Eastern Europe 1945–1989 (2018).

Доц. д-р **Светла Цанкова** е преподавател в катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС. Автор е на монографиите „Периодичният печат в България: пазар и реклама“ (2010) и „Съвременна българска преса (пазарни и качествени трансформации“ (2018), на студии и статии в областта на печатните медии, журналистическите жанрове, теорията на медиите, медийната грамотност.

Страхил Делийски е гл. асистент д-р по политология, преподавател по политически комуникации в катедра „Политология“ на СУ „Св. Климент Охридски“. Основните му изследователски интереси са свързани с конструкционистки и критически перспективи към политическия дискурс.

About the authors:

Desislava Sotirova, PhD., is a Chief Assist. Prof. in the Department of Radio and Television at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski”. She is the author of the monograph “Events in a Frame. Media Coverage of the Euro-Atlantic Integration of the Western Balkans (1999-2018)” (2022) and numerous scientific publications. Her research interests are in the fields of television communication, international journalism, and media studies.

Iosif Astrukov is a Chief Assistant Professor at the Screen Arts Department of the Institute for the Study of Arts, Bulgarian Academy of Sciences. Director, photographer and cinematographer. His research is in the field of dance and video, experimental cinema, multimedia performances, photography. He is the author of the books “VideoDance” (2015), “Screen and Stage. New Multimedia Performances” (2018), and “Photography as...” (2023).

Nikola Venkov-Rose is a Chief Assistant Professor at the Institute of Philosophy and Sociology, Bulgarian Academy of Sciences, and a PhD in Sociology from the University of Sofia (2017). His research interests encompass urban anthropology (focusing on marginalization, power, and the politics of living together), Laclau’s Post-Foundational Discourse Theory, as well as the latter’s application to rethinking contemporary concepts such as populism, propaganda, and the politicization of identities in new media.

Petia Alexandrova is a Professor and Doctor of Science in New Bulgarian University. She worked as an editor at the Bulgarian National Radio and Bulgarian National Television, the newspaper “Standart”, the magazines “Literature”, “LIK”, “ARTizantin”, etc. Author of four monographs (“Pains of the Title”, “Lost in Seeing”, “Transitional Stories for Culture and Communication”, “Advantages and challenges. Models and practices of Bulgarian short features”), numerous publications in specialized and periodical press, scripts for television shows and documentaries.

Ralitsa Kovacheva, PhD, is an Associate Professor in International Journalism at the Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia University “St. Kliment Ohridski.” She has published three books: *News of the World. On the Meaning and Value of International Journalism* (2020), *Centre and Periphery of the Europeanised Public Spheres* (2017) and *The Mediatized Dimension of Foreign Policy* (co-authored by Maria Neikova, 2017). Her research interests are in the field of international relations and international journalism, media coverage of European issues, disinformation, and fact-checking.

Strahil Deliyski, PhD, is an Chief Assist. Prof. in Political Science, lecturer in Political Communications at the Department of Political Science of the Sofia University “St. Kliment Ohridski”. His main research interests are in constructionist and critical perspectives on political discourse.

Svetla Koleva, D.S.S., is a Professor of Sociology at the Institute of Philosophy and Sociology at the Bulgarian Academy of Sciences and Editor-in-Chief of the journal “Sociological Problems”. Her research interests include the history of sociology, the epistemology of the social sciences, political sociology, and the sociology of education. She is the author of the monographs *Sociology as a Project: Scientific Identity and Social Challenges in Bulgaria, 1945–1989* (2005); *Sociology in Bulgaria Through the Eyes of*

Generations (Interviews with Bulgarian Sociologists) (2012); Knowledge as Value, Cognition as Recognition (2015); and Totalitarian Experience and Knowledge Production: Sociology in Central and Eastern Europe, 1945–1989 (2018).

Assoc. Prof. **Svetla Tsankova**, PhD, is a lecturer in the Department of Media and Public Communications at the University of National and World Economy (UNWE). She is the author of the monographs “Periodical Press in Bulgaria: Market and Advertising” (2010) and “Contemporary Bulgarian Press (Market and Quality Transformations)” (2018), as well as studies and articles in the fields of print media, journalistic genres, media theory, and media literacy.

Изисквания към авторите за оформлението на ръкописите за списание „Медialog“

Текстът започва със заглавие, имената на автора, орцид, имейл за комуникация (всичко на български и английски).

Следва кратко Резюме с ключови думи (до пет) на български и превод на английски (Abstract. Keywords)

Всички линкове в ръкописа трябва да бъдат деактивирани.

Подравнете текста от двете страни, без допълнително форматиране и страници.

В текста следвайте следните изисквания за позоваване:

Позоваванията в текста

- Годината на създаване, разпространение, публикуване и т.н. се поставя след имената на авторите.
- Името на създателя и годината на публикуване на цитирания информационен ресурс се посочват в текста по системата с име и година
- Когато името на създателя се споменава в текста, годината се поставя след него в кръгли скоби, но когато не се споменава в текста и в скоби се поставят името и годината
- При цитиране на част от ресурс, местоположението на частта (напр. номер на страница или глава и параграф) може да се посочи в скобите след годината
- Когато два или повече информационни ресурса имат един и същи създател и година, те се разграничават с малки букви (а, б, в и т.н.) след годината в скобите
- Позоваванията на цитираните в текста информационни ресурси се подреждат в списък, подреден по азбучен ред на фамилните имена на създателите, като годината на публикуване и малката буква (ако има такава) следват непосредствено името на създателя
- При цитиране на две произведения от различни автори, те се разделят с точка и запетая (;)

Схема за цитиране в текста:

(фамилно име на автора или заглавие на първа публикация, инициал на лично име при цитиране на автори с еднакви фамилни имена, година на публикуване, страници; фамилно име на автора или заглавие на втора публикация, година на публикуване, страници)

Примери:

(Шишманов, 1944, с. 325)

(Wilson, 1979, с. 158; Smith, 1980, с. 45)

При цитиране на повече от едно произведение от един и същи автор, издадени в една година се прави разграничаване между отделните произведения, като всяко от тях се обозначава с букви – а, б, в ... или при текст на латиница a, b, c ...

Примери:

(Иванов, 2020a)

(Иванов, 2020б)

При цитиране на автори с еднакви фамилни имена, след фамилията се посочва инициал на малкото име

Примери:

(Шишманов, И., 1944)

(Шишманов, Д., 1920)

При цитиране на произведения с до пет автора, в текста се посочват имената на всички автори, отделени със запетая.

Примери:

(Иванов, И., Георгиев, Ж., 2023)

(Иванов, А., Костов, И., Петков, К., Георгиев, Ж., 2005)

При цитиране на произведение, съставено от повече от пет автора, в текста след името на първия автор се поставя „и др.“. При цитиране на произведения, написани с езици, използващи латиницата се използва „et al.“

Примери:

(Иванов и др., 2021)

(Read et al., 2022)

При **цитиране на произведения, които нямат автор**, в текста се цитира по заглавието на произведението.

Примери:

(Речник на българския език, 2002)

(Енциклопедия България, 1998)

Използвана литература (ако текстът е на английски – Bibliography):

- Списъкът се подрежда азбучно.
- При това подреждане водещ елемент са фамилните имена на авторите, организациите/институциите или заглавията.
- При съвпадение на имената (лични или колективни) заглавията на документите се подреждат азбучно.
- При наличие на литература и на латиница, първо се подреждат описанията на кирилица.
- При кирилица в края се дава транслитерация - инструмент, който можете да ползвате за автоматична транслитерация <https://slovoed.com/transliteration/>

Схема за оформяне на цитиране на информационен ресурс:

Фамилия, Лично име, Фамилия, Лично име (дата на публикуване) *Заглавие на информационния ресурс*. Фамилия на лице с вторична авторска отговорност. издание. Място на издаване: Издателство. (Заглавие на серия). **Достъпен от:** URL (Прегледан:). [транслитерация]

Схема за оформяне на цитиране на съставна част:

Фамилия, Лично име, Фамилия, Лично име (вид на вторичната авторска отговорност) (дата на публикуване – година, месец, ден) „Заглавие на съставната част“, *Заглавие*, том (номер на книжка), Място на издаване: Издателство, страници. DOI: или **Достъпен от:** URL (Прегледан:). [транслитерация].

ПРИМЕРИ¹:

Книга с един автор

Шишманов, Иван (1934) *Литературна история на Възраждането в Италия*. 2. изд. София: Придворна печатница. [Шишманов, Иван (1934) *Литературна история на Възраждането в Италия*. 2. изд. София: Придворна печатница. [Shishmanov, Ivan (1934) *Literaturna istoria na Vazrazhdaneto v Italia*. 2. izd. Sofia: Pridvorna pechatnitsa].

Bruce, Steve (2018) *Sociology: a very short introduction*. 2. ed. Available: https://www.amazon.co.uk/Sociology-Very-Short-Introduction-Introductions-ebook/dp/B07DP6M3XM/ref=sr_1_1 (Accessed: 30 April 2021).

Книга с до пет автора

Бояджиев, Тодор и Тилков, Димитър (1997) *Фонетика на българския книжовен език*. 6. изд. Велико Търново: Абагар. [Boyadzhiev, Todor i Tilkov, Dimitar (1997) *Fonetika na balgarskia knizhoven ezik*. 6. izd. Veliko Tarnovo: Abagar].

Greig, Anne G., Taylor, Jayne and MacKay, Tommy (2013) *Doing research with children: a practical guide*. 3. ed. London: Sage.

Книга с повече от пет автора

Асенова, Мариана и др. (2021) *Между културата и туризма: туристическите атракции, основани на културното наследство*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“. Достъпно от: <https://kinnpor.uni-sofia.bg/resources/mezhdu-kulturata-turizma> (Прегледан: 17.08.2024). [Asenova, Mariana i dr. (2021) *Mezhdu kulturata i turizma: turisticheskiye atraksii, osnovani na kulturnoto nasledstvo*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ohridski“. Dostapno ot: <https://kinnpor.uni-sofia.bg/resources/mezhdu-kulturata-turizma> (Pregledan: 17.08.2024).]

Книга с редактори или съставители, без автори

¹ Част от примерите са взети от: University of Sheffield: Harvard referencing. Достъпен от: <https://www.librarydevelopment.group.shef.ac.uk/referencing/harvard.html> (Прегледан: 27.08.2024)

Еролова, Йелис, Кръстев, Петьо, Попчева, Юлия (ред.) (2021) *Съвременни теренни изследвания на културноисторическото наследство*. София: Парадигма. [Erolova, Yelis, Krastev, Petyo, Popcheva, Yulia (red.) (2021) *Savremenni terenni izsledvania na kulturnoistoricheskoto nasledstvo*. Sofia: Paradigma].

Книга без автори

Oxford English Dictionary (2021) 2. rev. ed. Oxford: Oxford University Press.
OED online (2021) Достъпен от: <http://www.oed.com> (Прегледан: 28.06.2021).

Глава/част от книга

Парушева, Добринка (1997) „В капана на сетивата“, **В:** Петкова, Б. и Караджов, В. (ред.) *Капаните на града: сборник с доклади*. Пловдив: Пловдивско университетско издателство, с. 33–49 [Parusheva, Dobrinka (1997) “V kapana na setivata.” In: Petkova, B. i Karadzhov, V. (red.) *Kapanite na grada: sbornik s dokladi*. Plovdiv: Plovdivsko universitetsko izdatelstvo.]
Zheng, Xueyi; (1997) ‘Chinese business culture from the 1920s to the 1950s’, **In:** Ikeo, A. (ed.) *Economic development in twentieth century East Asia: the international context*. London: Routledge, pp. 35–54.
‘Research’ (2009) **In:** *Concise Oxford English Dictionary*. 11th rev. ed. Oxford: Oxford University Press. p. 1222.

Статия от списание и вестник

Кирилов, Светлозар (2006) „Международната миграция и дебатът в публичната сфера“, *Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски Факултет по журналистика и масова комуникация*, 14, с. 199-210. Достъпен от: <http://unilib-dspace.nasledstvo.bg/xmlui/handle/nls/39864> (Прегледан: 27.08.2024)
Ashby, Arved (1999) 'Frank Zappa and the anti-fetishist orchestra', *The Musical Quarterly*, 83(4), pp. 557–606. Достъпен от: <http://www.jstor.org/stable/742617> (Прегледан: 8 April 2021).
Нанков, Никита (2024) „За дистопично-утопичното и жанра дистопия-утопия“, *Colloquia Comparativa Litterarum*, 10(1), с. 22-44. doi: <https://doi.org/10.60056/CCL.2024.10.22-44>
Sample, I. (2014) 'Why an octopus never gets itself tied in knots', *The Guardian*, 16 May, p. 17.
Асенов, Т. (2024) „Емоционалната връзка между учениците и учителя в начален етап“, *Учителско дело*, 17 юни, с. 5.

Използвани източници (в текстове на английски References):

Видео

Captain America: The Winter Soldier (2014) Directed by A. Russo and J. Russo [Филм]. New York: Marvel Entertainment.
Диво сафари (2009) Сценарист и режисьор Л. Сингър [DVD]. София: Reader’s Digest.
‘Old Cases’ (2005) *The Wire* B *The Wire: the complete first season* [DVD] New York: HBO.
Университетът (2024) *Alma Mater TV*. 06.06. Достъпен от: <https://youtu.be/f8g0fMgd2-Y> (Прегледан: 27.05.2021).

Дисертация

Петрова-Любенова, В. К. (2023) *Полуавтоматично разработване на многоезикови терминологични ресурси*. Дисертация за присъждане на ОНС „доктор“. Българска академия на науките Институт за български език „Проф. Любомир Андрейчин“. Достъпен от: <https://ras.nacid.bg/api/reg/FilesStorage?key=2e607569-32a9-41ec-b319-fd53c8716c6e> (Прегледан: 17.08.2024).

Данни

NHS Digital (2015) 'Statistics on obesity, physical activity and diet, England'. Достъпен от: https://data.gov.uk/dataset/statistics_on_obesity_physical_activity_and_diet_england (Прегледан: 23 January 2017).

Национален статистически институт (2024) Бюджети на домакинствата в Република България 2023. Достъпен от: <https://nsi.bg/sites/default/files/files/publications/Btdom2023.pdf> (Прегледан: 17.08.2024)

Подкаст

Българска история (без дата) *Българските конституции* [Подкаст]. Достъпен от: <https://bulgarianhistory.org/podcast-deset/> (Прегледан: 17.08.2024).

Centre for the History of the Emotions (2017) *The Museum of the Normal* [Подкаст]. Достъпен от: <https://soundcloud.com/user-357683788/the-museum-of-the-normal> (Прегледан: 24 Май 2021).

Мавродиева, Иванка (2023) *Поетите се раждат, ораторите се създават* [Подкаст]. 23.03. Достъпен от: <https://bnr.bg/post/101799374> (Прегледан: 17.08.2024).

Институционално издание

Закон за развитие на академичния състав 2012. Достъпен от: <https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2135680028> (Прегледан: 17.08.2024).

Министерство на образованието и науката (2021) *Национална програма „Дигитална квалификация“, приета с Решение на Министерски съвет № 184 от 5 март 2021 г.* София: МОН. Достъпно от: https://www.mon.bg/nfs/2021/03/rms184_npr-dkvalifikacia-250321.pdf (Прегледан: 17.08.2024)

Публикация от социална медия

Sofia University “St. Kliment Ohridski” (2024) *В периода 5-11 август 2024 г. в Благоевград се проведе 31-то издание на Международното математическо състезание ...* [Фейсбук] 14.08. Достъпно от: <https://twitter.com/UniSheffieldLib/status/862945694457274368> (Прегледан: 17.08.2024).

Sofia University Library (2024) *На днешния ден преди 165 години е роден Стефан Георгиев – първият професор по ботаника* [Инстаграм] 01.08. Достъпен от: <https://www.instagram.com/p/C-IOyFMoxk/> (Прегледан: 17.08.2024).

Уебстраница

Rosen, Michael (2021) *Michael Rosen Biography*. Достъпен от: <https://www.michaelrosen.co.uk/for-adults-biography/> (Прегледан: 26.04.2021).

Софийски университет „Св. Климент Охридски“ (2024) *Факултет по славянски филологии*. Достъпен от: https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/universitet_t/fakulteti/fakultet_po_slavyanski_filologii (Прегледан: 17.08.2024).

Grey to Green Sheffield (2016). Достъпен от: <http://www.greytogreen.org.uk/index.html> (Прегледан: 26.04.2021).