

Интернет комуникация и социални мрежи

Метапосредникът в информационната среда в интернет

Симеон Василев

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Имейл: simeonvassilev@gmail.com

Абстракт: В статията се представят възможности за преосмисляне ролята на интернет и се правят допускания за ролята му на метапосредник в новата информационна среда. Освен традиционната за печата хартиена среда и аудио-визуалната за радиото и телевизията, новата реалност е интернет средата. Една от основните последици от това е, че се промени структурата на информацията. Около тази констатация се натрупват скептични оценки от практическа, теоретична и методична гледна точка; същевременно има и оптимистични прогнози. Основанието за това е, че интернет създаде нови възможности за медиите и журналистиката. Метапосредникът интернет става мотор на медийната еволюция заедно с иновациите и социалните процеси. Метамедията е новият посредник, който навлиза активно в обществените отношения, образно казано, като „комисионер“, който измества до известна степен досегашната роля на медията.

Ключови думи: медия, метамедия, журналистика, интернет, социални мрежи, информационна среда.

The Meta Mediator in the Information Environment on the Internet

Simeon Vassilev

Sofia University “St. Kliment Ohridski”

E-mail: simeonvassilev@gmail.com

Abstract: The article presents the potential to rethink the role of the Internet and the assumptions formulated by the author is about its role as a mediator in the new information environment. In addition to the traditional print (the press) and audiovisual (radio and television) environment, the new reality is the Internet environment. One of the main consequences of this is that the structure of information has changed. Increasing skepticism on practical, theoretical and methodological levels has been accumulated around this assumption together with some optimistic forecasts. The reason for this is

that the Internet has, among other things, created new opportunities for the media and for journalism. The meta-mediator, the Internet, is becoming the engine of media evolution, along with innovations and social processes. This Metamedium is the new mediator taking part in public relations as a commissioner, displacing the role of the media so far.

Keywords: media, metamedia, journalism, internet, social networks, information environment.

Уводни думи

Интернет и социалните мрежи променят медиите и журналистиката. Те променят и науката за медиите. Тази промяна е динамична и затруднява опитите за научното ѝ обяснение. То често стига само до извода, че в матрицата на социалните мрежи и дигиталния свят и сред Великия потоп от информация все по-трудно се вижда Ноевият ковчег на класическите медии. Владимир Михайлов с основание настоява „метамедиязнанието да се еманципира от медиязнанието, да скъса с него и да положи научните основи на едно дигитално общуване, което в практиката е реалност, но за съжаление неизбистрена в научен план реалност“. [1] Според него няма приемственост между медии и метамедии, но ние изказваме позиция, че все пак, със или без приемственост, в спора за медията и метамедията има нещо общо и разрирът между тях не изглежда толкова критичен.

Понятието „метапосредник“

В обръщение е и понятието „метапосредник“, което е по-скоро опит за разграничаване на медията и нейното журналистическо съдържание, от платформата, на и чрез която се предлага журналистика. В този случай, макар и с известна условност казано, метамедията интернет е новият посредник, който навлиза в обществените отношения като „комисионер“, който измества до известна степен досегашната роля на медията.

Всъщност помирието в тази метаколизия е средата. Тя освобождава пространството за преднамерени и безсмислени дискусии от типа: „Научната журналистика е много повече журналистика, отколкото наука“. Един от бащите на съвременната антропология Клод Леви-Строс „създава“ помирието, което в случая е илюстрирано подходящо с примера, като авторът казва: „Брадвата от желязо е по-добра от брадвата от камък, но не защото е направена по-добре. И двете са направени добре, но желязото не е камък“. [2]

Все още е налице традиционната за печата хартиена среда, както и аудио-визуалната за радиото и телевизията. В същото време има нова реалност и динамично променяща се интернет средата. Една от основните последици от това е, че се промени структурата на информацията. Налице са както скептични, така и оптимистични прогнози. Посочват се редица основания, сред които това, че интернет създава нови възможности за медиите и журналистиката. Например днес телевизиите и радиостанциите не са само средство за предоставяне на речеви и визуални материали, но и дигиталните им издания и техните уебсайтове стават източници на печатна информация, представена онлайн. Споровете за медията и метамедията приключват като историята за „добрия стар вестник“, на който Чудомир посвети фейлетон, в който иронично отбелязва: „И напразно някои спорят още кой столичен вестник имал най-голям тираж. Най-любимият, най-търсеният и употребяваният, и най-разпространеният е безспорно старият прочетен вестник“. [3]

Нови практики в медиите

Както във времето, рамкирано от Гутенберг и телеграфа, така и в настоящето време, доминирано от интернет, журналистиката и медиите се променят. Но в тази промяна журналистиката остава средството, а медиите са „теренът“, „платформата“, „посредникът“, „трансмисията“ на обществените отношения и техните вътрешни и външни превъплъщения. В този смисъл метаспорът за интернет като метамедия е доста комплициран. Възможна е и друга логика и линия на разсъждение, на базата на която би следвало да определим и печатната преса на Гутенберг като метамедия. Спорът губи от значението си, защото както печатната преса някога, така и интернет днес, имат място в дадена информационна среда, в която се преплитат различни аспекти на политическите, икономическите, културните и международните отношения. Реалната икономическа мощ, политическото влияние, военната сила и културната значимост се определят от оценките в медиите и социалните мрежи. Разбира се, нито медиите, нито социалните мрежи са всевластният фактор за контрол върху икономика, политика и култура, но през тях минава информацията и се формира мнението за тях. Те са „границата с невидимата среда“, до която стига обсегът на политиката и „нищо от онова, което става в нея, не се възприема като напълно реално“, както казва Уолтър Липман. [4]

Според същия автор Липман, както е отбелязано в неговата книга от 1920 г. „Общественото мнение“: „Пропагандата в буквалния смисъл на ду-

мата не е възможна без определени форми на цензура. За да се провежда тя, между публиката и събитието трябва да има някаква бариера. Преди някой да създаде псевдосреда, която според него мъдро ще осведомява и затова ще бъде желана, достъпът до истинската среда трябва да се ограничи. За момент хората, които имат директен достъп, могат погрешно да възприемат видяното, като никой няма да знае как ще стане това, освен ако не съществува възможност да се определи къде какво да гледат“. [5]

Историята дава достатъчно примери, когато бариера са самите медии. И защо това да не се отнася и за метамедията? Липман прозира още в началото на миналия век ролята на средата и възможността тя да бъде умишлено заменена с псевдосреда. И това е важно в днешно време, в което се осъществява революционна промяна на медийната среда. Тя отдавна не включва единствено печата, радиото и телевизията. Самите те са вкарани в интернет средата на социалните мрежи, които предопределят „къде какво да се гледа“.

А възможно ли е социалната мрежа или интернет изобщо да бъдат превърнати в псевдосреда, която да ограничава достъпа до истинската среда, както се изразява Липман? Този въпрос може да не изглежда изряден в своята разумност. Отговорът най-много да остане недоказана хипотеза, което означава научен проблем, какъвто е случаят с медията и метамедията. И все пак защо да не е възможно след като модерният израз „фалшивите новини“ се споменава все по-често от самата дума „новини“? Защо да не е възможно в момент, в който алгоритмите завземат все по-голяма територия от медийната и информационната среда, в която се случва новото битие на политиката? Изобщо възможно ли е изкуственият интелект погрешно да възприеме видяното и да определи „къде какво да се гледа“? Достатъчно е само да припомним как Лари Сангър, съосновател на Уикипедия, е потресен от начина, по който се развива интернет през последните две десетилетия. Основният проблем според Сангър са големите социални мрежи в интернет, които експлоатират личните данни на потребителите, за да печелят пари на цената на „огромно нарушение“ на поверителността и сигурността. „Те могат да оформят вашите изживявания, могат да контролират какво да виждате и кога да го видите, ставате зъбно колело в тяхната машина“, казва Сангър. [6]

Според Волтър Липман идеалното средство да се използват символи е киното, което да покаже кои са добрите момчета и кои са лошите. Само трябва да заменим киното като „идеално средство“ с интернет и социална мрежа, които изглеждат още по-идеални средства. [7]

Сред много промени, предизвикани от метамедията, има един, кой-

то силно застрашава устоите на журналистиката и медиите изобщо. Това е комерсиализацията, проблем, който заедно със стихийното въздействие на глобализацията и революцията на комуникационната техника промени до неузнаваемост журналистическия продукт. Факторът „техника“, представен от Лузън и Вайсенберг (Loosen & Weischenberg, 2002), придоби и ще придобива все по-голямо значение, но журналистиката не може и не трябва да се идентифицира с техническите средства за разпространение на информацията. Това е работа на медията и метамедията. Въпреки това е очевидно, че „технологията стана структуроопределящ фактор за журналистиката, защото оказва огромно влияние върху редакционните процедури и журналистическите възможности за подбор на теми“. [8]

Иначе казано, производството и разпространението на стоката „информация“ се рационализира чрез метамедията интернет. Това създаде и непредвидени рискове за журналистическата професия изобщо. В тази връзка много изследователи предупредиха за опасността тя да се депрофесионализира и да бъде пометена от природата на новите технологии, глобализацията и конгломератите.

Осмислянето на публичната сфера е не само философски въпрос. То пряко засяга медийната наука и разбира се, метапосредникът – интернет, който създава впечатлението за квазипублична сфера. „Осмислянето на промените в публичната сфера, предизвикани от появата на новите комуникационни технологии, свързани с интернет, е една от задачите, които стоят пред социологията, философията на комуникацията, информационното знание, етиката и т.н., пише Николай Михайлов [9]. По мнението на мнозина изследователи тези промени засягат културата, обществените взаимоотношения, морала и изобщо цялата структура на социалността. Динамиката публично-частно и влиянието на собствеността при разпределението и разпространението на съобщения, информация или послания, видимостта за „повече“ публичност в обществото, глобалните социални мрежови платформи са все страни на промяната на публичната сфера в епохата на социалните медии“. (Михайлов, 2019) [10]

Институтът на Ройтерс констатира, че новинарските организации са изправени пред предизвикателството на технологичните гиганти и са дестабилизирани поради общата липса на доверие, но те имат един много дълбок проблем – повечето хора не искат да плащат за онлайн новини. Бързо ускоряващият се мобилен интернет и смартфоните предизвикват революция в поднасянето на новините и разрушават бизнес моделите на много новинарски организации през последните 20 години, което доведе до спад

в приходите, до съкращения и до поемане на контрола от една компания върху друга. Масовата миграция на рекламите към американските технологични гиганти, като Фейсбук, Гугъл и Амазон, засегнаха постъпленията, докато повече от половината от населението на света сега има достъп до новини чрез интернет връзка. (Ройтерс, 2019) [11]

Интернет създава нов модел на журналистика. Но това не значи смърт на авторството, а дори нови възможности. Разсъжденията на Умберто Еко в този случай са резонни и ние изказваме съгласие с тях: „Работата е там, че интернет съществува и не можем да го отхвърлим, пише той. Подобни спорове вече са възниквали и заради механизацията на производството, и заради телевизията. Мрежата е факт и никакви спорове няма да я унищожат. Проблемът е не само да признаем очевидните рискове, свързани с появата ѝ, но и да научим младите как да я използват правилно. [12]

Дори се говори за дигиталната истерия, предизвикана от метамедията. Правим допускането, че дигитализацията става мотор на медийната еволюция, заедно с техническите иновации и социалните процеси. Без да се правят преки сравнение и паралели, има подобни случаи в историята. Например дневният бюлетин (Акта диурна) [13] на римския консул Гай Юлий Цезар (59 пр.н.е.) е започнал да прокарва пътя през „Нотицие скрите“, месечните бюлетини на Венецианската република (1556 г.), струващи една газета [14], до първия вестник в историята, страсбургските „Доклади за всички важни и интересни случаи“ (21.12.1605 г.). [15] Подобни случаи има и във времето на Гутенберг, и днес, в пространството на метамедията интернет. Един от героите във филма „Вице“ казва: „Когато светът става все по-объркан, ние се съсредоточаваме върху нещата пред очите си“. [16] (МакКей, 2018).

Един различен поглед към българската медийна среда, отчитайки промените в нея, работата на институционално равнище при използване на интернет, представя Мила Серафимова в своя статия от 2013 г., като акцентира на различни практики в международния опит на политическо корпоративно равнище, на кризисния ПР онлайн, на анонимността в публичната комуникация през социалните медии. [17]

Вместо заключение и дискусия

Обобщавайки, изказваме съгласие с позицията на Иванка Мавродиева за потребността от осмисляне промените в новата медийна екосистема и необходимостта от дигитална медийна грамотност, и от непрекъснатото ѝ развиване. [18]

Динамичното развитие на онлайн медиите, промените и работата в конвергентна медийна среда поставя редица въпроси пред медиите, журналистите, медийния мениджмънт и предполага поэтапно актуализиране на знанията и уменията, в това число и относно понятието „метапосредник“.

Цитати и бележки

- [1] Михайлов, В. (2019). Медиязнание на кръстопът. *Newmedia21.eu. Медиите на 21. век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика*: 11.01.2019. <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediayznany> последно посещение на 21.12.2019. [Mihaylov, V. (2019). Mediyaznanie na krastopat. *Newmedia21.eu. Mediite na 21 vek: Onlayn izdanie za izsledvania, analizi, kritika*: 11.01.2019. <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediayznanu> posledno poseshlenie na 21.12.2019.]
- [2] Леви-Стросс, К. (1970). Структура мифов. *Вопросы философии*, (№ 7), 165-173 [Levi-Stross, K. (1970). *Struktura mifov. Voprosy filosofii*, (№ 7), 165-173]
- [3] Чудомир. (1980). *Старият вестник* (Съчинения в три тома изд., Том 1). София: Български писател, 378. [Chudomir. (1980). *Stariyat vestnik (Sachinenia v tri toma izd., Tom 1)*. Sofia: Balgarski pisatel, 378.]
- [4] Липман, У. (2001). *Общественото мнение*. София: Лик, 198 [Lipman, U. (2001). *Obshtestvenoto mnenie*. Sofia: Lik, 198]
- [5] Липман, У. (2001). *Общественото мнение*. София: Лик, 40. [Lipman, U. (2001). *Obshtestvenoto mnenie*. Sofia: Lik, 40]
- [6] Sanger, L. (05 07 2019 г.). *Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet*. Извлечено от Sanger, Larry. *Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet* <https://www.cnbc.com/2019/07/05/wikipedia-co-founder-larry-sanger-slams-facebook-twitter-social-media.html>: Sanger, Larry. *Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet* [online]. [CNBC]. 5 July 2019. Available from: <https://www.cnbc.com/2019/07/05/wikipedia-co-founder-larry-sanger-slams-facebook-twitter-social-media.html>, последно посещение на 12.12.2019.
- [7] Lippmann, W. *Foreign Policy*: <https://www.questia.com/read/76910562/the-cold-war-a-study-in-u-s-foreign-policy>, Retrieved on 10.01.2020.
- [8] Loosen, W., & Weischenberg, S. (2002). Das Drehkreuz der Redaktion. Kompetenz-Dimensionen des Datenbank-Journalismus. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*. 93–101.
- [9] Михайлов, Н. (2019). Дигиталните медии и промяната в публичната сфера. *Философски алтернативи*, бр. 4, 37. [Mihaylov, N. (2019). *Digitalnite medii i promyanata v publichnata sfera. Filosofski alternativi*, br. 4, 2019, s.37.]
- [10] Михайлов, В. (2019). Медиязнание на кръстопът. *Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика*: 11.01.2019. <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediayznany> последно посещение на 21.12.2019 [Mihaylov, V. (2019). Mediyaznanie na krastopat. *Newmedia21.eu. Mediite na 21 vek: Onlayn izdanie za izsledvania, analizi, kritika*: 11.01.2019.

- <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediya-znanu-posledno-poseshlenie-na-21.12.2019.>]
- [11] Ройтерс. (12 06 2019 г.). *Медиите имат голям проблем.* [Royters. (12 06 2019 г.). Mediite имат golyam problem]
- [12] Eco, U. (2014). Il progresso della Rete non si può fermare. *L'Espresso*. 30.04.2014.
- [13] „Acta diurna“, първите ръкописни прототипи на вестниците, въведени от Юлий Цезар, са съществували повече от два века – от 59 г. пр.Хр. до 222 г. сл. Хр.
- [14] Произходът на думата „газета“ се свързва с венецианската дребна монета gaxeta (итал. gazzetta), дала и името газета (вестник).
- [15] Релацион алер фюрнемен унд геденквурдиген хисториен“ (Relation aller Fürnemmen undgedenckwürdigen Historien)
- [16] МакКей, А. (Режисьор). (2018). *Вице* [Филм]. Производство Production Company Plan B Entertainment, Gary Sanchez Productions, Annapurna Pictures. <https://www.imdb.com/title/tt6266538/> [MakKey, A. (Rezhisyor). (2018). Vitse [Film]. Production Company Plan B Entertainment, Gary Sanchez Productions, Annapurna Pictures. <https://www.imdb.com/title/tt6266538/>]
- [17] Серафимова, М. (2013). Институционалният ПР в България и анонимната администрация. Защо никой не иска да разговаря с призраци? *Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика*, 24.06.2013. <http://www.newmedia21.eu/analizi/institutsionalniyat-pr-v-ba-lgariya-i-anonimnata-administratsiya-zashto-nikoj-ne-iska-da-razgovarya-s-prizratsi/>, последно посещение на 10.12.2019. [Serafimova, M. (2013). Institutsionalniyat PR v Bulgaria i anonimnata administratsia. Zashto nikoy ne iska da razgovarya s prizratsi? Newmedia21.eu. Mediite na 21 vek: Onlayn izdanie za izsledvania, analizi, kritika, 24.06.2013. <http://www.newmedia21.eu/analizi/institutsionalniyat-pr-v-ba-lgariya-i-anonimnata-administratsiya-zashto-nikoj-ne-iska-da-razgovarya-s-prizratsi/>, posledno poseshtenie na 10.12.2019.]
- [18] Мавродиева, И. (2019). Медийна екология и дигитална медийна грамотност, *Проблеми на постмодерността*, бр. 9, No. 1, 112-132, <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171>, последно посещение на 21.12.2019. [Mavrodieva, I. (2019). Mediyna ekologia i digitalna mediyna gramotnost, Problemi na postmodernostta, br. 9, No. 1, 112-132, <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171> posledno poseshtenie na 21.12.2019.]

Цитирани източници

- Eco, U. (2014). Il progresso della Rete non si può fermare. *L'Espresso*. 30.04.2014.
- Loosen, W., & Weischenberg, S. (2002). Das Drehkreuz der Redaktion. Kompetenz-Dimensionen des Datenbank-Journalismus. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*: <https://www.researchgate.net/publication/282993670>, последно посещение на 19.12.2019.
- Sanger, L. (05 07 2019 г.). *Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet*. Извлечено от Sanger, Larry. *Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet* <https://www.cnb.com/2019/07/05/>

- wikipedia-co-founder-larry-sanger-slams-facebook-twitter-social-media.html: Sanger, Larry. Wikipedia co-founder slams Mark Zuckerberg, Twitter and the 'appalling' internet [online]. [CNBC]. 5 July 2019. Available from: <https://www.cnb.com/2019/07/05/wikipedia-co-founder-larry-sanger-slams-facebook-twitter-social-media.html>, последно посещение на 12.12.2019.
- Леви-Стросс, К. (1970). Структура мифов. *Вопросы философии*, (№ 7). 165-173. [Levi-Stross, K. (1970). Struktura mifov. *Voprosy filosofii*, (№ 7). 165-173]
- Липман, У. (2001). *Общественото мнение*. София: Лик. [Lipman, U. (2001). *Obshtestvenoto mnenie*. Sofia: Lik.]
- Мавродиева, И. (2019). Медийна екология и дигитална медийна грамотност, *Проблеми на постмодерността*, бр. 9, No. 1, 112-132, <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171> последно посещение на 21.12.2019. [Mavrodieva, I. (2019). *Mediyna ekologia i digitalna mediyna gramotnost*, *Problemi na postmodernostta*, br. 9, No. 1, 112-132, <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/171> posledno poseshtenie na 21.12.2019.]
- МакКей, А. (Режисьор). (2018). *Вице* [Филм]. Производство Production Company Plan B Entertainment, Gary Sanchez Productions, Annapurna Pictures. <https://www.imdb.com/title/tt6266538/> [MakKey, A. (Rezhisior). (2018). *Vitse* [Film]. Production Company Plan B Entertainment, Gary Sanchez Productions, Annapurna Pictures. <https://www.imdb.com/title/tt6266538/>]
- Михайлов, В. (2019). Медиязнание на кръстопът. *Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика*: 11.01.2019. <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediayznany> последно посещение на 21.12.2019. [Mihaylov, V. (2019). *Mediayznanie na krastopat*. *Newmedia21.eu. Mediite na 21 vek: Onlayn izdanie za izsledvania, analizi, kritika*: 11.01.2019. <https://www.newmedia21.eu/kritika/mnenie-mediayznanu> posledno poseshtenie na 21.12.2019.]
- Михайлов, Н. (2019). Дигиталните медии и промяната в публичната сфера. *Философски алтернативи*, бр. 4, 2019, с.37(бр. 4), 37. [Mihaylov, N. (2019). *Digitalnite medii i promyanata v publichnata sfera*. *Filosofski alternativi*, br. 4, 2019, s.37(br. 4), 37.]
- Ройтерс. (12 06 2019 г.). *Медиите имат голям проблем – кой ще плаща за новините?* [www.bta.bg: http://www.bta.bg/bg/c/AF/id/2027597](http://www.bta.bg/bg/c/AF/id/2027597), последно посещение на 12.12.2019. [Royters. (12 06 2019 г.). *Mediite imat golyam problem – koy shte plashta za novinite?* [www.bta.bg: http://www.bta.bg/bg/c/AF/id/2027597](http://www.bta.bg/bg/c/AF/id/2027597), posledno poseshtenie na 12.12.2019.]
- Серафимова, М. (2013). Институционалният ПР в България и анонимната администрация. Защо никой не иска да разговаря с призраци? *Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика*, 24.06.2013. <http://www.newmedia21.eu/analizi/institutsionalniyat-pr-v-ba-lgariya-i-anonimnata-administratsiya-zashto-nikoj-ne-iska-da-razgovarya-s-prizratsi/>, последно посещение на 10.12.2019. [Serafimova, M. (2013). *Institutsionalniyat PR v Bulgaria i anonimnata administratsia*. *Zashto nikoy ne iska da razgovarya s prizratsi?* *Newmedia21.eu. Mediite na 21 vek: Onlayn izdanie za izsledvania, analizi*,

kritika, 24.06.2013. <http://www.newmedia21.eu/analizi/institutsionalniyat-pr-v-ba-lgariya-i-anonimnata-administratsiya-zashto-nikoj-ne-iska-da-razgovarya-s-prizratsi/>, posledno poseshenie na 10.12.2019.]

Серафимова, М. (2020). *PR в дигиталната ера*. София: изд. Ентусиаст. [Serafimova, M. (2020). PR v digitalnata era. Sofia: izd. Entusiast.]

Чудомир. (1980). *Старият вестник* (Съчинения в три тома изд., Том 1). София: Български писател. [Chudomir. (1980). Stariyat vestnik (Sachinenia v tri toma izd., Tom 1). Sofia: Balgarski pisatel.]

Manuscript was submitted: 17.12.2019.

Peer Reviews: since 05.01.2020 till 12.01.2020.

Accepted: 14.01.2020.

Брой 42 на сп. „Реторика и комуникации“, януари 2020 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор № КП-06-НП1/39 от 18 декември 2019 г.