



## МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК 21<sup>ST</sup> CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

ТОМ 2/2018

Ася АСЕНОВА

Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“, България  
assiaasenova@gmail.com

### ФАЛШИВИ НОВИНИ И ИКОНОМИЧЕСКА ЖУРНАЛИСТИКА

Asya ASENOVA

Konstantin Preslavsky University of Shumen, Bulgaria  
assiaasenova@gmail.com

### FAKE NEWS AND ECONOMIC JOURNALISM

**Abstract:** The nonobjective journalistic interpretation of economic facts can lead to both minor and serious consequences, ranging from the individual recipient to a whole business sector. Therefore, the fundamental principle of providing reliable information to society is of particular importance for the economic field. The paper addresses the issue of unintentional distribution of fake news in the context of economic journalism and new media. The combination of political, social, economic and technological factors has contributed to the growth and scale of the problem, with the most important one being the impact of the internet environment, which has turned fake news into an unwanted function or rather a dysfunction of digital media.

**Keywords:** fake news, economic journalism, new media, professional competence.

Фалшивите новини дълго време се разглеждаха основно в политически контекст, но се превърнаха в проблем, застрашаващ правилното функциониране и на други системи (медийна, икономическа, социокултурна, технологична), именно защото влияят върху възприятията на аудиторията за заобикалящата я среда. Целта на настоящата публикация е да разгледа основни причини за непреднамерено разпространение на фалшиви новини в икономическия ресор, като се вземат под внимание специфичните характеристики на новите медии и на съвременната работна среда. Използван е методът на традиционния медийен мониторинг, посредством който е осъществен качествен анализ на медийно съдържание, свързано с теми, отнасящи се до дефицити в професионалното поведение на журналистите, техните знания, умения и компетентности.

Общественото внимание се фокусира върху темата за фалшивите новини през 2016 г., когато оксфордските учени определиха за дума на годината термина *постистина*. Значението му, според Оксфордския речник, е: „обстоятелства, при които обективните факти имат по-малко влияние при оформянето на общественото мнение, отколкото емоциите и личните убеждения“ (*Oxford Dictionary: 2016*). Понятието достигна най-висока честота на употреба по време на референдума за излизане на Великобритания от Европейския съюз през лятото на 2016 г. и президентските избори в САЩ в края на годината. Фалшивите новини обаче не възникват заедно с думата на годината, нито с тоталитарните режими, познати от началото на миналия век, или с еволюцията на Интернет. Историческото развитие на концепцията вероятно може да се класифицира по периоди още от Гутенберговата епоха до наши дни.

В коментарна статия за авторитетното издание „Вашингтон пост“ преподавателят по история в университета Бингхамптън Р. Паркинсън припомня, че фалшивите новини не са ново явление и се

аргументира с пример от епохата на Тринадесетте британски колонии<sup>1</sup> и Джон Адамс, който все още не предполага, че ще остане в историята като втория президент на САЩ. През 1769 г. Адамс отбелязва в дневника, който води, че заедно с братовчед си Сам и други патриоти е прекарал вечер, натоварена с работа. Те изготвили публикации, предназначени за разпространение с вестник „Бостън газет“ – фалшиви и преувеличени истории, които имат за цел да дискредитират кралската власт в Масачузетс (Parkinson: 2016). Паркинсън обобщава, че историите от миналото не са много по-различни от днешните, а професионалните комуникатори трябва да се отнасят отговорно към медийното съдържание. Както стана ясно – новините могат да имат по-дълъг живот от прогнозираното.

Основната разлика в разпространението и обхвата на съвременните фалшиви новини и тези от близки или по-далечни исторически периоди е дигитализацията. В своята статия „Медии и обществено (съ)мнение“, коментирайки така наречения информационен цикъл, Юрий Проданов пояснява: „дигитализацията на медиите довежда процеса на свиване на времето (цикъла – б.м., А.А.), необходимо за обновяване на медийното съдържание, до неговия логичен финал. Финал, в смисъл на изчезването му и замяната с реална непрекъсваемост при постъпването на нова информация“ (Проданов 2015: 175). В този смисъл специфичните характеристики на онлайн средата имат решаваща роля както за скоростта и обхвата на непрекъснатите информационни потоци, циркулиращи в мрежата, така и за влошеното качество на медийното съдържание. Те обуславят правопрпорционална зависимост между апогея на новите медии и разпространението на фалшиви новини, които се превръщат в дисфункция<sup>2</sup> на онлайн медиите. Отсяването на достоверната от недостоверната информация и правилното ѝ тълкуване се превръща във все по-трудна задача<sup>3</sup>.

В интервю за вестник „Монд“ по повод последния му роман „Нулев брой“ Умберто Еко обяснява възходящата тенденция в разпространението на лъжи с наличието на множество информационни канали, които са предпоставка за осъществяването на процеса. Противодействие той вижда в критичната журналистика: „Тя трябва да съдейства, за да се разобличи царството на фалшификата и манипулацията. Това би трябвало да е една от нейните битки, както нейно задължение е да поддържа критичния дух, далеч от всяко нивелиране и стандартизиране на мисленето“ (Николов: 2015). Категоричният извод, отбелязан от Умберто Еко, определя най-голямото предизвикателство пред професионалистите в журналистическото поле в епохата на постистината.

Фалшивите новини се дефинират като разпространение на информация, която не се основава на фактологичност, но се представя като новина с цел *умишлено* (к. м. – А. А.) да въведе аудиторията в заблуждение (Hunt, Gentzkow 2017: 213). Пояснението за преднамереност изглежда задължителен компонент в процеса на създаване, обработване и разпространение. Тази констатация обаче не е общовалидна. Дефицитът на професионализъм, критичност и вискателност създава потенциална предпоставка за *непреднамерено разпространение на фалшиви новини*. Авторите на научното изследване „Журналистически професии. Статут и динамика в България“, съдържащо емпирични данни за състоянието на медийната система в страната, определят професионализма в журналистиката като постигнати оптимални нива на качество и бързина при изпълнение на професионалните ангажменти: „Добрият или още професионалният журналист е онзи репортер или редактор, който е много информиран, знаещ, компетентен и убедителен. Той притежава будно мислене, бързи реакции и силно развита гражданска и социална рефлексия. *Проявата на задълбоченост, аналитичност*

<sup>1</sup> Тринадесетте колонии са подвластни на Обединеното кралство до 4.07.1776 г., когато е подписана Декларацията за независимост на Томас Джеферсън и се полагат основите на независимата държава Съединени американски щати.

<sup>2</sup> Според определението на американския социолог Робърт Мъртън наличие на дисфункция има, когато са налице последствия от взаимодействия, които противоречат на нормите и потребностите на общността. По-подробно по въпроса вж. Петев 2004: 60–69.

<sup>3</sup> В търсене на възможности за осигуряване на фактологично и качествено медийно съдържание водещите технологични компании Фейсбук и Гугъл започнаха разработването на механизми и алгоритми. Сред тях са създаване на инструменти за проверка на факти (включително потребителска опция за докладване на нередности), както и въвеждане на забрана за страниците, доказано разпространяващи фалшиви новини, да рекламират в социалните мрежи. Вж. например Forbes 03.08.2017; The Guardian 25.04.2017. Предприетите мерки обаче не предполагат работеща стратегия за справяне с проблема, а по-скоро фрагментарно, отколкото комплексно решение на въпроса.

*и богата аргументираност е присъща и типична за способните журналисти в електронните медии, онлайн пространството и пресата*” (к. м. – А.А.) (Филева 2010: 10–11). Всяко отклонение от посочените критерии създава благоприятна среда за непреднамерено разпространение на фалшиви новини. Те от своя страна водят до съществени или маловажни, поправими или непоправими последици в краткосрочен или по-дългосрочен аспект.

Разсъждавайки върху ролята и отговорностите на икономическия журналист, Кийт Хейс<sup>4</sup> посочва пример от практиката с репортер от голяма новинарска агенция (без да конкретизира периода и името на медийната организация), който съобщава за повишаване на лихвените проценти във Великобритания. Новината хвърля пазарите в паника – до този момент не съществуват индикации или прогнози от надежден източник, че се очаква потенциален ръст на лихвите. Всъщност информацията е достоверна, но се отнася за лихвените равнища в Ирландия – репортерът е допуснал неволна грешка. Тя е коригирана след около минута, но през това време милиони, ако не милиарди, паунди циркулират на световните пазари, цените на конкретни акции се сриват, а директорите на различни финансови институции и стопански компании са свикани по спешност на извънредни съвещания – елементарната журналистическа грешка предизвиква сериозни последици (Hayes 2014: 11). От една страна този случай обръща внимание на правилото журналистът да бъде изключително прецизен, когато изпълнява професионалните си ангажименти. От друга страна, е показателен за процеса на създаване на фалшива икономическа новина, макар и непреднамерен, и последициите, които произтичат от нея – за икономиката, корпоративния имидж на определена компания или реципиентите в частност.

Създаването на качествено медийно съдържание несъмнено е обвързано с изискването за наличие на компетентност. Петранка Филева я класифицира в три основни категории: професионална, комуникативна и компетентност, специализирана в определена област. Професионалната компетентност предполага задълбочено познаване на науката за масовите комуникации, прилагане на професионалните стандарти и етичните принципи в професията, разбиране за очакванията на аудиторията. Комуникативната компетентност се отнася до изискването журналистът да е добър посредник и комуникатор. Тя обхваща уменията да се пише убедително, грамотно и ясно, да се привлича и задържа вниманието на аудиторията. Специализираната компетентност е от съществено значение за икономическия ресор. Това означава репортерите да притежават познания в конкретна област (международни икономически отношения, икономическа политика, капиталови пазари, банков сектор, счетоводство и пр.). Необходими са както общи знания за ориентиране в текущите процеси, така и специализирани, за да се осъществи обективен анализ на събитията (Филева 2007: 69–70). В условията на съвременната медийната среда неизменен компонент в уменията на журналистите е боравенето с големи бази данни, навременното откриване и лесният достъп до информация, познаването на нейните източници, както и бързото обновяване на медийното съдържание (Рогачева 2012: 39). Системни или дори незначителни пропуски в посочената съвкупност от компетентности се очертават като причина за разпространение на фалшиви новини в ресора.

Проблемът с компетентността и естеството на ресорната работа се оформя далеч преди медийното дигитализиране. Показателно в това отношение е сатиричното произведение „Пожарът в двореца Фолена“ на италианския писател Акиле Кампаниле. Хумористичният разказ, написан през 20. век, описва как светският хроникьор в печатна медия изпълнява възложената му задача да отрази и напише статия за възникнал пожар – поради отсъствието на ресорния репортер. На следващия ден читателите на вестника са запознати с информацията, че: *„Снощи, един грандиозен, незабравим пожар, на който присъстваха всички обитатели на богатото жилище, се състоя в разкошните салони на двореца Фолена. Сред присъстващите можеше да се забележат пожарникарското тяло в пълен състав; графиня Фолена, обута в чудесни мъжки обувки... Пожарът продължи до зори сред най-голямо оживление. Едва тогава пожарникарите и останалите*

---

<sup>4</sup> Кийт Хейс е авторитетен журналист с дългогодишна практика в икономическата сфера. През годините пише многобройни ръководства за студенти, начинаещи репортери и журналисти, работещи в условията на икономика в преход и провежда курсове за обучение в Китай, Индия, Полша, Русия, Украйна, Литва, Латвия, Косово, Сърбия, Македония, Румъния. Кариерата му е свързана с водещи медийни организации, сред които BBC, CNBC, CBS, PBS и „Ройтерс“.

присъстващи се сбогуваха, отнасяйки незаличим спомен от красивото зрелище, което, убедени сме в това, традиционната куртоазия на графовете Фолена с удоволствие ще повтори за най-голяма радост на своите приятели“ (Кампаниле 1970: 168). Всъщност Кампаниле осмива един от дефицитите на професионализъм в журналистиката – въпрос, който и до днес не е изгубил своята актуалност.

Именно по отношение на ресорната работа са изведени негативни констатации в последния доклад на Асоциацията на европейските журналисти и Фондация „Медийна демокрация“. Проучването анализира тенденциите в журналистическата професия и очертава профила на практикуващите я репортери. В него е посочено, че редуцирането на човешките ресурси в редакциите, с цел оптимизиране на разходите в отговор на динамично променящите се пазарни условия, неминуемо се отразява на работния процес: „Налице е повсеместна тенденция на намаляване на човешкия ресурс в медиите. Съкращенията на щатове, сливането на позиции, отпадането на цели звена от редакционния процес и увеличаването на ангажиментите се срещат на всички нива в медийния сектор – национално, регионално и местно. Поддържането на тематични ресори се оказва лукс, който все по-малко редакции могат да си позволят. **Златният стандарт един ресор да се поддържа от няколко журналисти се заменя от актуалната практика един журналист да обхваща няколко тематични зони** (к. м. – А.А.). На този фон единици са медиите, които организират вътрешни обучения за своите кадри“ (АЕЖ 2017: 51–52). С други думи редакционните ресори се заличават. Аналитичната и задълбочена работа в конкретна област се замества от дейности по осигуряването на все по-нарастващи обеми съдържание.

В тази връзка основният проблем за журналистите се разглежда в два аспекта, образуващи цикъл на противоречие. От една страна, репортерите нямат достатъчно знания за тематичните полета, които отразяват. От друга – всекидневно покриват теми от различни направления и процесът по профилиране и задълбочаване на знания и умения в една конкретна област остава трудно постижим. Крайните потърпевши са реципиентите, които са лишени от качествен прочит на събитията.

Показателен пример в това отношение е медийното отразяване на информация, съдържаща обобщени статистически данни за първото полугодие на 2017 г., с адресант дирекция „Връзки с обществеността“ на Българската народна банка (БНБ). Прессъобщението, носещо заглавието „Статистика на дружествата, специализирани в кредитиране“, има за цел да представи структурата на вземанията по кредити, както и активите и пасивите на небанковите финансови посредници (с изключение на пенсионните и застрахователни фондове).

От въвеждащото изречение става ясно, че наблюдението не се изчерпва с данни за така наречените бързи кредити<sup>5</sup>. Още повече, че предметът на дейност на небанковите финансови институции обхваща и операции по издаване на електронни пари, емитиране на ценни книжа, факторинг услуги<sup>6</sup> и др. Казано в обобщение – не се представя абсолютна оценка на пазара на краткосрочно кредитиране: „Към края на юни 2017 г. вземанията по кредити на дружествата, специализирани в кредитиране, са 2,655 млрд. лв. (2,7% от БВП) при 2,383 млрд. лв. (2,6% от БВП) в края на юни 2016 г.“. Направено е уточнението, че „в матуриретната структура **преобладават кредитите над 5 години** (к. м. – А. А.), които са 996,9 млн. лв. в края на юни 2017 г. Те се увеличават с 26% (205,7 млн. лв.) спрямо края на юни 2016 г. и с 4,1% (39,3 млн. лв.) в сравнение с края на март 2017 година. Относителният дял на тези кредити в общия размер на вземанията по кредити нараства от 33,2% в края на юни 2016 г. до 37,6% в края на същия месец на 2017 г.“<sup>7</sup>.

С други думи в състава на активите на небанковите финансови институции се включват кредити с различен падеж и предназначение: за потребление – покупка на стоки и услуги; жилищни кредити – за

<sup>5</sup> Под понятието „бърз кредит“ (наричан още кредит до заплата) се разбира отпускането на малки суми за задоволяване на текущи потребности – плащане на комунални услуги, покупка на техника за домакинството, посрещане на разходи за ремонт, както и за одих и развлечение. В банковата статистика бързите кредити се отчитат като вземания с матурирет до една година.

<sup>6</sup> Най-общо факторингът е сделка по прехвърляне (цесия) на вземанията от доставчик на стоки или услуги и изкупуването им от факторинг компания.

<sup>7</sup> Пълният текст на прессъобщението, придружен от инфографики, е достъпен на сайта на БНБ (виж БНБ 16.08.2017).

инвестиция в жилище за собствено ползване или отдаване под наем; и други кредити – например за подпомагане на обучение и лечение.

Кредитите с матуритет до една година представляват съставна част в общата структурата на предоставените от небанковите финансови институции заеми. Статистическите данни показват, че те възлизат на 513,6 млн. лв. от общия размер на вземанията в сектора (2,655 млрд. лв.) и отбелязват ръст от 6,6% на годишна база, или 32 млн. лева (БНБ 16.08.2017). Журналистическият прочит, воден от неумението да се тълкува финансова информация, обаче е друг и представя на аудиторията различна новина:

*Фирмите за бързи кредити раздали 2,7 млрд. лв. Към края на юни вземанията на фирмите за бързи кредити представляват 2,7 на сто от БВП и се увеличават на годишна база с 11,4 на сто (Econ.bg 16.08.2017).*

*Бизнесът на компаниите за бързи кредити продължава да се разраства със забележителни темпове. Според последните данни на БНБ общият размер на вземанията на тези компании по отпуснати заеми в средата на 2017-а е 2,66 млрд. лв. (2,7% от БВП) и за една година се е увеличил с 11,4% (272,2 млн. лв.) (Банкер 17.08.2017).*

Със същите акценти материалът е препечатан и от други онлайн медии. Пренебрегната е правилната интерпретация на фактите – изнесените данни се отнасят за *небанковия сектор в неговата цялост*, не за *бързите кредити* в частност. Прави впечатление, че селектираните примери са от специализирани медии с икономически профил. Именно от тях се очаква не само да представят на реципиентите точна информация в детайли, а да предложат задълбочен и аналитичен подход, да очертаят тенденции на развитие, да ориентират аудиторията в контекста на протичащите процеси да предоставят възможност за вземане на информирано решение.

Въпреки че посоченият пример не представлява фалшива новина, от която произлизат съществени последици, той е симптоматичен за заблуждаващо потребителя (аудиторията) поведение. Възможен ефект е изведената информация (за изтеглени кредити с матуритет до една година в рамките на близо 3 млрд. лв.) да рефлектира първосигнално спрямо възприятията на аудиторията за заобикалящата среда. Разбира се, в контекста на образователното равнище на реципиентите, както и общата им финансова грамотност. С други думи информацията може да доведе до вземане на спонтанно или нерационално решение за присъединяване към прогресивно нарастващата група на възползващите се от услугите на фирмите, предлагащи кредити „от заплата до заплата“.

Друга причина медиите да се превърнат в непреднамерен разпространител на фалшиви новини е наложилата се практика за директно препечатване на прессъобщения от институции и частни компании – така наречената PR журналистика, още протоколна журналистика. Красноречив пример за това явление е случаят с възложената от Агенция „Пътна инфраструктура“ (АПИ) обществена поръчка за избор на изпълнител за проектиране, изграждане и въвеждане на електронна система за събиране на пътни такси (тол система). Търгът се превърна в класически образец за конфликт на интереси. От обявяването на обществената поръчка през април 2016 г. процедурата е спирана и подновявана многократно заради обжалвания, които представителните институции конкретизират като саботаж.

На 18.09.2017 г. в медийното пространство се разпространи фалшива новина<sup>8</sup>, според която една от най-проблемните държавни поръчки е приключила и е обявено решение за класиран победител, **който ще изгради тол системата:**

*Избраха изпълнител на ТОЛ системата: консорциум „Капи трафик солюшънс“ (Frognews.bg 18.09.2017).*

*Изключително важна новина за всички шофьори, която ще бръкне надълбоко в джоба им (Blitz.bg 18.09.2017).*

*Избраха изпълнител за изграждане на тол системата (Novini.bg 18.09.2017).*

Още същия ден новината е опровергана от Агенция „Пътна инфраструктура“, а случаят е разследван от Държавна агенция „Национална сигурност“. Констатирано е, че информацията не е

<sup>8</sup>Необходимото уточнение е, че към настоящия момент (30.10.2017 г.) една част от сайтовете, разпространили новината, са я изтрили. Текстът обаче остава достъпен в друга част от препечатаните съобщения на медиите.

изпратена от електронната поща на институцията, а от адрес, имитиращ нейното име. Предполагаемата цел, с която информацията е адресирана до медиите, е прекратяване на обществената поръчка. Търгът обаче продължава и близо месец след разпространението на фалшивата новина оценителната комисия определя изпълнител за тол системата. Любопитно обстоятелство е, че той съвпада с посочения във фалшивата новина – консорциумът „Капш трафик солюшънс“, а цикълът не приключва – процедурата по изграждане на тол системата отново е забавена заради обжалвания<sup>9</sup>. Близо три месеца след обжалванията (през януари 2018 г.) договорот е подписан в Министерството на регионалното развитие и благоустройството.

Случаят илюстрира модел на индиректно участие на медиите в преднамерен от страна на адресанта процес по разпространение на фалшиви новини. Мотивът за фабрикуване на заблуждаващата информация обикновено е защита на съчетание от лични, корпоративни или политически интереси. Журналистите непреднамерено съдействат, правейки информацията публична.

Проблемът с едностранчивото представяне на информация чрез препечатване на прессъобщения се обуславя от няколко обстоятелства. На първо място, това са непрекъснато нарастващите обеми медийно съдържание, които репортерите трябва да произвеждат. На второ място е факторът време – в съвременните условия невинаги журналистите разполагат с необходимото време за проверка на информацията и нейните източници преди да я публикуват. На трето място, е постигането на конкурентно предимство – новината да бъде публикувана преди конкурентните медии да я разпространят.

При целенасоченото разпространение на фалшиви новини (независимо дали с идеологическа, или комерсиална цел) може да се констатира закономерност, логична последователност, да се наблюдават причинно-следствени връзки. В този смисъл те до определена степен са очаквани. Непреднамереният процес по разпространение на фалшиви новини в икономическия ресор е противоположен – прогнозируемостта е невъзможна, моментът на проявление е неочакван и хаотичен. Той е следствие от дефицити на специализирани познания и фактори, породени от характеристиките на съвременната професионална среда. Атестат за знанията и уменията на журналистите е способността или неспособността за създаване на качествено и фактологично медийно съдържание.

#### ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

**АЕЖ 2017:** Асоциация на европейските журналисти. Да бъдеш журналист: състояние на професията (февруари – юли 2017 г.). – <http://www.aej-bulgaria.org/bul/p.php?post=8744> (04.11.2017). // **АЕЖН 2017:** Asotsiatsiya na evropeyskite zhurnalisti. Da badesh zhurnalist: sastoyanie na profesiyata (fevruari – yuli 2017 g.)

**Банкер 17.08.2017:** Банкер. Бързите кредити набират скорост // *Банкер*, 17.08.2017. – <http://www.banker.bg/finansov-dnevnik/read/burzite-krediti-nabirat-skorost> // **Банкер 17.08.2017:** Banker. Barzite krediti nabirat skorost.

**БНБ 2011:** Българска народна банка. Методологически указания за събиране на статистическа информация от дружествата, специализирани в кредитиране за целите на паричната статистика. – <http://www.bnb.bg/Statistics/StReportingForms/StRFLendingCorporations/index.htm> (06.11.2017). // **БНБ 2011:** Balgarska narodna banka. Metodologicheski ukazaniya za sabirane na statisticheska informatsiya ot druzhestvata, spetsializirani v kreditirane za tselite na parichnata statistika.

**БНБ 16.08.2017:** БНБ Прессъобщение. Статистика на дружествата специализирани в кредитиране, юни 2017 г. // *БНБ*, 16.08.2017. – [http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb\\_download/201706\\_s\\_lend\\_co\\_press\\_a1\\_bg.pdf](http://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/201706_s_lend_co_press_a1_bg.pdf) (31.08.2018) // **БНБ 16.08.2017:** BNB Pressaobshtenie. Statistika na druzhestvata, spetsializirani v kreditirane

**Кампаниле 1970:** Кампаниле, А. Пожарът в двореца Фолена. // Хумористични разкази. София: Народна култура. // **Кампаниле 1970:** Kampanile, A. Pozharat v dvoretsa Folena. // Humoristichni razkazi. Sofia: Narodna kultura.

**МРРБ 19.10.2017:** Министерство на регионалното развитие и благоустройството. Две фирми обжалват избора на изпълнител за тол системата. // *МРРБ* 19.10.2017. – <http://www.mrrb.government.bg/bg/dve-firmi-objalvat-izbora-na-izpulnitel-na-tol-sistemata/> (31.08.2018) // **МРРБ 19.10.2017:** Ministerstvo na regionalnoto razvitie i blagoustroystvoto. Dve firmi obzhalvat izbora na izpalnitel za tol sistemata.

<sup>9</sup> Жалбите са входирани няколко седмици (на 19 октомври) след като агенция „Пътна инфраструктура“ избра за изпълнител на поръчката консорциума „Капш трафик солюшънс“. По-подробно по въпроса виж МРРБ 19.10.2017.

**Николов 2015:** Николов, Т. Умберто Еко и неутолимият прочит на живота. Портал „Култура“ // **Nikolov 2015:** Nikolov, T. Umberto Eko I neutolimiyat pročit na zhivota. Portal „Kultura” <http://bit.ly/2zllRck> (07.11.2017).

**Петев 2004:** Петев, Т. Теории за масовата комуникация. София: СУ „Св. Климент Охридски“, 2004. // **Petev 2004:** Petev, T. Teorii za masovata komunikatsiya. Sofia: SU „Sv. Kliment Ohridski”, 2004.

**Проданов 2015 :** Проданов, Ю. Нови медии и обществено (съ)мнение. // Нови медии, аудитории, бизнес модели. Шумен: Фабер, 2015. // **Prodanov 2015:** Prodanov, Yu. Novi medii i obshtestveno (sa)mnenie. // Novi medii, auditoria, biznes modeli. Shumen: Faber, 2015.

**Рогачева 2012:** Рогачева, М. Квалификация и особености на интернет журналиста. // Трансформации на журналистическата професия. Теория и практика в онлайн среда. Съст. С. Константинова. София: Сиела, 2012. // **Rogacheva 2012:** Rogacheva, M. Kvalifikatsia i osobenosti na internet zhurnalista. // Transformatsii na zhurnalistichestkata profesiya. Teoriya i praktika v onlayn sreda. Sast. S. Konstantinova. Sofia: Siela, 2012.

**Филева 2007:** Филева, П. Икономика за журналисти. Теория и практика в икономическата журналистика. София: „Св. Климент Охридски“, 2007. // **Fileva 2007:** Fileva, P. Ikonomika za zhurnalisti. Teoria i praktika v ikonomicheskata zhurnalistika. Sofia: „Sv. Kliment Ohridski”, 2007.

**Филева и др. 2010:** Филева, П., Л. Стойков и кол. Журналистически професии. Статут и динамика в България. София: СУ „Св. Климент Охридски“, 2010. // **Fileva 2010:** Fileva, P., L. Stoykov i kol. Zhurnalistichestki profesii. Statut I dinamika v Bulgaria. Sofia: SU „Sv. Kliment Ohridski”, 2010.

**Blitz.bg 18.09.2017:** Изключително важна новина за всички шофьори, която ще бръкне надълбоко в джоба им // *Blitz.bg*, – [https://www.blitz.bg/ikonomika/izklyuchitelno-vazhna-novina-za-vsichki-shofori-koyato-shche-brkne-nadlboko-v-dzhoba-im\\_news544481.html](https://www.blitz.bg/ikonomika/izklyuchitelno-vazhna-novina-za-vsichki-shofori-koyato-shche-brkne-nadlboko-v-dzhoba-im_news544481.html) (31.08.2018) // **Blitz.bg 18.09.2017:** Izklyuchitelno vazhna novina za vsichki shofyori.

**Econ.bg 16.08.2017:** Econ.bg Фирмите за бързи кредити раздали 2,7 млрд. лв. // *Econ.bg* <http://bit.ly/2AmXmM9> (31.08.2018) // **Econ.bg 16.08.2017:** Firmite za barzi krediti razdali 2,7 mlrd. lv.

**Frognews.bg 18.09.2017:** Frognews.bg. Избраха изпълнител на ТОЛ системата: консорциум „Капш трафик солюшънс“. // *Frognews.bg* <https://frognews.bg/novini/kapsh-trafik-soliushans-shte-praviat-tol-sistemata.html> (31.08.2018) // **Frognews.bg 18.09.2017:** Izbraha izpalnitel na TOL sistemata.

**Forbes 03.08.2017:** Facebook expands fight against fake news with automatic-related articles. // *Forbes*, <https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2017/08/03/facebook-expands-fight-against-fake-news-with-automatic-related-articles/#2fb2d6511d2c>

**Novini.bg 18.09.2017:** Novini.bg Избраха изпълнител за изграждане на тол системата. // *Novini.bg*, <http://m.novini.bg/news.php?id=444325> (31.08.2018) // **Novini.bg 18.09.2017:** Izbraha izpalnitel za izgrazhdane na tol sistemata

**Oxford Dictionary 2016:** Definition of *post-truth* in English. // *Oxford Dictionary 2016*. – <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> (06.11.2017).

**Hayes 2014:** Hayes, K. *Business journalism: How to report on business and economics*. Apress, 2014.

**Hunt, Gentzkow 2017:** Hunt, A. Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election. // *Journal of Economic Perspectives*, Vol.31, No. 2. – <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf> (04.11.2017).

**Parkinson 2016:** Parkinson, R. Fake news? That’s a very old story. // *The Washington Post*, 25.11.2016. – [https://www.washingtonpost.com/opinions/fake-news-thats-a-very-old-story/2016/11/25/c8b1f3d4-b330-11e6-8616-52b15787add0\\_story.html?utm\\_term=.8452207dd6a1](https://www.washingtonpost.com/opinions/fake-news-thats-a-very-old-story/2016/11/25/c8b1f3d4-b330-11e6-8616-52b15787add0_story.html?utm_term=.8452207dd6a1) (07.11.2017).

**The Guardian 25.04.2017:** Google acts against fake news on search engine // *The Guardian*. – <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/25/google-launches-major-offensive-against-fake-news>