

ЕЗИКОЗНАНИЕ

LINGUISTICS

ИНТЕРТЕКСТУАЛНОСТ, ХИПЕРТЕКСТУАЛНОСТ И МУЛТИМОДАЛНОСТ В МЕДИИТЕ ПО ТЕМАТА COVID-19

Иванка МАВРОДИЕВА

Софийски университет „Св. Климент Охридски“, България

E-mail: mavrodieva@phls.uni-sofia.bg

INTERTEXTUALITY, HYPERTEXTUALITY AND MULTIMODALITY IN THE MEDIA ON THE TOPIC COVID-19

Ivanka MAVRODIEVA

Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria

E-mail: mavrodieva@phls.uni-sofia.bg

ABSTRACT: The article presents the results of a study based on the news surrounding COVID-19 in electronic media sites, print media and online media in Bulgaria through the prism of three notions: intertextuality, hypertextuality and multimodality. The survey period covers three months: February – April 2020 (the beginning of wider dissemination of information about COVID-19 in the media until the establishment of a peak of patients, hospitalized and carriers of the virus). A discursive, media and communicative analysis of a corpus has been conducted and then divided into four sub-corpora, which include online publications, videos, memes, photos, infographics and more. The analysis focuses on online publications in order to pinpoint the manifestations of intertextuality, mainly on a verbal level; the external and internal hyper textuality and the role of hyperlinks are investigated too. The establishment of multimodality in official media information and memes reflecting situations related to the coronavirus crisis (COVID-19) are examined in part three. Linguistic and communication features are also presented in terms of metadiscourse and intervisuality, which are carried out in the events of institutional public relations. The article also presents groups of terms and expressions used in expert and statemen’s statements in media sites, online media and social networks to present the information about overcoming the coronavirus crisis and preventing the spread of fake news and fake content.

KEYWORDS: intertextuality, hypertext, multimodality, coronavirus (COVID-19), media, online media, social networks.

Уводни думи

В статията се представят резултати от изследване на новини и информация, свързани с COVID-19, публикувани в сайтове на електронни медии и в онлайн медии, през призмата на три понятия: интертекстуалност, хипертекстуалност и мултимодалност. Периодът на изследването обхваща три месеца: февруари – април 2020 година; от една страна, периодът е привидно кратък; от друга страна, процесите протичат динамично; от трета страна, установяват се особености, когато протича процесът. Изследването не претендира за изчерпателност, а е отправна точка за бъдещи интердисциплинарни изследвания и за многофакторен анализ. Корпусът включва 200 поста, 100 визуални изображения, видеоклипове, публикации в социалните мрежи и в онлайн медии. Материалите се отличават с хетерогенност (постове, видеоклипове, призови, съобщения, изказвания, изявления, диаграми, инфографики, карикатури, снимки, мемета и други), те са обединени в подкорпуси с оглед на трите фокуса в изследването и постигането на прегледност; теорията и методиката се представят в началото на всяка отделна част.

Комуникативната ситуация по време на кризата с коронавируса се развива на различни равнища, но тук се обособяват три:

- медийна комуникация по време на криза, включваща онлайн публикации;
- експертно говорене, представяно чрез средствата на институционалния ПР, предимно изявления на членове на Националния кризисен щаб;

- виртуална визуална комуникация в социалните мрежи, доминиращо представена чрез мемета и колажи.

Селектирани са новини от сайтове на телевизии и радио (БНТ, БТВ, Нова ТВ, Дарик радио) и от онлайн медии (Фокусноз, Медиапул, Нюзбг, Бгнес, Днес.бг, Факти, Вести, OffNews, Nes.bg., в. „Дневник“, в. „Марица“, DW и др.), от блогове, в които се представят данни от онлайн брифинги, както и преводни материали от водещи информационни агенции и медии по света; научни статии от авторитетни издания, публикации в сайтове на Министерство на здравеопазването, <https://covidresource-bg.org/> и други.

Изследователските въпроси са:

- Какви са традиционните и новите особености на интертекстуалността и хипертекстуалността в онлайн среда в края на второто десетилетие на XXI век, когато се говори за кризисна и антикризисна комуникация относно COVID-19?

- Как се осъществява мултимодалността в условията на конкурентна медийна среда при наличие на дигитална грамотност и свобода на изразяване?

Първата хипотеза е, че в ситуацията с кризата с COVID-19 в България се наблюдават интензивни процеси на създаване на термини и думи както на институционално равнище, така и във виртуална среда; има своеобразно активиране или реставриране („ревитализация“) на забравени словесни конструкции в нова политическа, социална, медийна и културна обстановка. Втората хипотеза е, че медиите представят новини, изявления и информация както от официални източници и представители на държавни институции или на политици, така и изявления, които са направени в конкретна ситуация и които се излъчват директно, като така се увеличава нагласата да се проучват не само официални източници на държавно равнище, но и научни и експертни източници.

Интертекстуалност

Терминът „интертекстуалност“ е въведен на теоретично равнище от Юлия Кръстева; той е дефиниран, развит, обогатен като методика в две монографии на автора, който прави своите изследвания и разсъждения върху художествената литература (Kristeva, 1969, 1974). Никола Георгиев като литературовед също има принос в изясняване на понятието „интертекстуалност“; той обосновава своите възгледи за това какво е интертекстуалността с фокус върху художествената литература и творчеството в широкия смисъл на думата (Георгиев, 1999, с. 11).

Наталия Кузмина представя група от понятия и термини, сред които интертекстуалност, интертекстуални компетенции, интертекстуални знаци, интертекст, интердискурсивност, интериконичност и други (Кузмина, 2011). Авторът смята, че интертекстуалността е съотнесена към културната ценност, нейните знаци са проверени от времето и традициите и се възприемат като един вид културен код, неподвластен на времето (Кузмина, 2011). Добрин Добрев и Елка Добрева в книгата „Интертекстуалност в масовите комуникации: основни понятия, примери, задачи“, представят обзор на термина като етимология, обем, промени на значението; авторите представят текстове и примери за анализ (Добрев, Добрева, 2013). Изразяваме съгласие с позицията на авторите: „Интертекстуалността е буквално вездесъща – има я в художествената литература, в научните текстове, в религиозните писания, в митологичните и във фолклорните текстове, в театралните произведения, филмите и телевизионните сериали, във всекидневните обикновени, в деловите, в законодателните и във всякакви други видове текстове.“ (Добрев, Добрева, 2013, с. 9); както и с тълкуването им, че „интертекстуалното свързване може да се проявява като заемане или наподобяване и на езикови, и на всякакви други знакови структури и форми, идеи, тълкувания, конструкции и т. н.“ (Добрев, Добрева, 2013, с. 10).

Приемаме, че интертекстуалността има проявления в медиите, в това число в онлайн медиите и в сайтовете на електронните медии и институциите, в блоговете и социалните мрежи. В този смисъл се солидаризираме с мнението на Оксана Червенко и Снежана Великова, които анализират интердискурсивността, интертекстуалността и прецедентността във форумния медиалект (Червенко, Великова, 2020, с. 66 – 78).

Също така правим допускането, че има известна хомогенност в текстовете, създадени на равнище административни разпоредби, медицинска указания, но не и при политическите изказвания и при репродуциране на информацията в медийно съдържание. В процеса на развитие на кризата с коронавируса се променят комуникативните ситуации и с цел установяване на проявленията на интертекстуалността и релациите с метадискурса, със специализираната терминология, с медийния език са обособени няколко подкорпуса и са установени следните явления в кризисната комуникация. Първоначално през февруари 2020 година се активира използването на медицинска терминология, тя бързо се инкорпорира в медийните публикации; създават се постове, в които интертекстуалността се проявява най-вече на вербално равнище. През март 2020 година продължават да навлизат термини и абривиатури; често те са изписани на латиница и на английски език, като се проявяват устойчиво билингвизмът и диграфията; те се съчетават с експресивни изрази и с думи, в които има позитивна или негативна конотация. През април 2020 година тази тенденция се запазва, като се представят мнения на експерти, цитати от медийни участия, позовавания на медицински специалисти извън България; статистиката е динамично представена онлайн, придружена понякога от анимиращи ефекти; има надписи на фотографиите, все повече се използват инфографики със статистически данни, които имплицитно създават опции за интертекстуалност.

Относителна хомогенност има в информацията в сайта на Министерството на здравеопазването: „Алгоритъм на дезинфекционните мероприятия в обекти с обществено предназначение в условията на епидемично разпространение на COVID-19“¹, както и в специфичната медия с информация за медици: „... издишване и кашлица от деца и възрастни с остри респираторни заболявания. Хирургичните маски за лице значително намаляват откриването на РНК на грипния вирус в дихателните капчици и коронавирусната РНК в аерозолите, с тенденция към намалено откриване на коронавирусна РНК в респираторни капчици. Нашите резултати показват, че хирургичните маски за лице могат да предотвратят предаването на човешки коронавируси и грипни вируси от симптоматични индивиди.“²

В същото време при позоваването на външни ресурси и авторитетни източници в стремежа към достоверност и правдоподобност се наблюдава ориентиране към преводи, които не винаги имат опции за точност и се използват неясни по значението си думи като „самодозиращо“, „асимптоматични“: „Перорално антивирусно съединение, одобрено за лечение на други инфекции. *In-silico* моделиране, проведено от [Ennaid](#) разкри, че ENU200 създава специфична антивирусна активност срещу 2 SARS-CoV-2 протеини, S гликопротеин и Mpro. Компанията вярва, че може бързо да изведе ENU200 на пазара, тъй като лекува пациенти с COVID-19 във фаза 3 в домашни условия, самодозиращо клинично изпитване на асимптоматични пациенти с лека до умерена степен на протичане на коронавирусната инфекция.“³

Медицинската терминология се представя по-хомогенно и в специализирани сайтове, и в рубрики на сайтове на институциите и е част, от една страна, от държавнополитическия дискурс, а от друга страна, на експертното говорене в кризисна ситуация. В двата случая на приложение при медицинската терминология има проявления както на медицинския професионалист, така и на метадискурса. Обособяват се няколко групи, без да има претенции за абсолютна таксономия:

Специализирана терминология: *грип, грипна епидемия, пневмония, симптоми, неразположение, безсимптомно изкарване на коронавируса, коновирусна инфекция, PCR тестове,*

¹ Министерство на здравеопазването.

http://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/03/25/ncipd_recomm_disinfection_covid19_dobavjane_graj_dani.pdf.

² COVID-19. 18.04.2020. <https://covidresource-bg.org/otdelqne-na-resp-v-pri-izdishvane-efikasnost-na-maskite/>

³ COVID-19. 16. 04. 2020, цитат на ENU200:

<https://covidresource-bg.org/%d0%ba%d0%b0%d0%ba%d0%b2%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%b5%d0%b4%d1%81%d1%82%d0%be%d0%b8-%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%b0%d0%bf%d0%b8%d0%b8-%d0%b7%d0%b0-covid-19-%d0%b2-%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%86%d0%b5%d1%81-%d0%bd/>

бързи тестове, ваксина, възстановяване, шок, интубиране, инжектиране, болен, заразен, пандемия, заразяване, инфекция; епидемия, пандемия, огнище на зараза, нулев пациент, антимикробни агенти, ефективни срещу различни коронавируси и други. Появяват се и нови изрази, които невинаги са терминологични: от заразяване – презаразяване; от епидемия – реепидемия: „Ние виждаме разпространението на тежките форми, не виждаме масовото разпространение на вируса, защото младите хора го изкарват безсимптомно или с леки симптоми“, поясни епидемиологът.⁴ „На въпрос дали излекуваните изграждат имунитет, ген. Мутафчийски каза, че това би следвало да е вярно, въпреки тревожните съобщения в научни списания за презаразени пациенти.“⁵

Обособява се група от термини, които са свързани с предпазването от коронавируса: дезинфектант, дезинфекция, дезинфектант на алкохолна основа, дезинфекционни мероприятия, дезинфекция чрез UVC светлина/бактерицидни лампи. Националният кризисен щаб на 28.04.2020 г. оповестява необходимостта от дезинфектатор като служител в болница.

Метафорите и сравненията като част от фигуративния език при представяне на кризата в медийните публикации се използват по начин, който не предизвиква комуникативни и езикови бариери. Това става както в изцяло медийни текстове: „Тестването на 1000 полицаи показало, че COVID-19 не циркулира масово. Потвърдените случаи вече са 618, пускат „зелени коридори“ за бебета и бременни след Великден.“⁶, така и в персонални изявления, например на премиера Борисов, на равнището на политическия дискурс: „А вие като латерни питате: тестове, тестове, тестове. Можем и ние да поръчаме ментета, ама се спряхме.“⁷

В отделна група са обособени термини и терминологични словосъчетания, които са нови или в тях се влага ново съдържание с оглед на създадения контекст. В словосъчетанията има както професионален, така и добре познати термини; както информация за материалите в тях на технологично равнище, така и елементи, които реферират към интегрираната маркетингова комуникация и към потребителите, които ще ги използват. Това създава условия за интертекстуалност при представянето им в медиите и те са разпределени в няколко групи въз основа на анализа:

- маски, които се срещат в различни варианти: защитни предпазни маски за многократно употреба; лицеви полумаски, двуслойни, за многократно употреба, от нетъкан текстил и от памучен текстил; лицеви полумаски, трислойни, от памучен плат; многопластови маски за многократно употреба; предпазни респираторни полумаски от плат; маски непромокаеми, за многократно употреба; санитарни маски;

- защитни облекла с варианти: лични предпазни костюми за многократно употреба; водонепроницаеми гащеризони с двуслоен ламинат за многократно употреба, изработени от мембрана от полиуретан; предпазен гащеризон от водоустойчив, мембраниран плат с водоустойчив цип;

- шлемове, гащеризони за многократно употреба, защита за очи – шлем, предпазни шлемове и екрани, аксесоари за лицева защита срещу пръски.⁸

В медийните публикации тези термини се съчетават с други думи и изрази и се създава медийно съдържание, в което интертекстуалността е специфична особеност:

⁴ Мира Кожухарова, Факти. 15.03.2020. <https://fakti.bg/bulgaria/455237-roden-epidemiolog-chovek-izkaral-koronavirus-pridobiva-imunitet>.

⁵ Вести. 29.03.2020. <https://www.vesti.bg/temi-v-razvitie/tema-koronavirus/osem-novi-sluchaia-na-zarazeni-s-covid-19-u-nas-14-dushi-sa-izpisani-do-momenta-6107561>.

⁶ Mediapool. 09.04.2020. <https://www.mediapool.bg/testvaneto-na-1000-politsai-pokazalo-che-covid-19-ne-tsirkulira-masovo-news305954.html>

⁷ Mediapool. 09.04.2020. <https://www.mediapool.bg/testvaneto-na-1000-politsai-pokazalo-che-covid-19-ne-tsirkulira-masovo-news305954.html>

⁸ Министерство на здравеопазването. Списък на българските производители, предлагащи предпазни средства.

https://www.mh.government.bg/media/filer_public/2020/04/14/blgarski_proizvoditeli_na_predpazni_sredstva.pdf

„Това са филтриращи полумаски за защита от частици, които трябва да покриват лицето от носа до под брадичката на ползвателя. Те могат да бъдат за еднократна и за многократна употреба. Производителите на тези лични предпазни средства имат различни решения за полумаски, предпазващи от малки частици, какъвто е и коронавируса COVID-19. В това число попадат полумаски от тип FFP, които са с или без клапа.“⁹

В онлайн медията „Факти“ заглавията традиционно са сензационни, но има и стремеж да се представят различни гледни точки и да се види в развитие кризата с коронавируса: „Прибраха 20 ученици от Италия с правителствения самолет“, „България и коронавирус: няма план, хаосът е голям“, „Коронавирусът се разпространява из Европа. Но България няма план за действие.“¹⁰

По подобен начин се представят новини относно сложни събития, като се избягват крайно негативни оценки, а се използва обтекаем език; не се говори за постигане на успехи, а за съмнения относно предприетите мерки, например дали предложената от правителството схема за заплати на работещи 60 : 40 ще проработи; за задкулисни договорености, за подписване на договори в полза на отделни браншове в икономиката на България в и след ситуацията с кризата с коронавируса; не се говори обаче за *процеси*; вместо резултати се използват евфемизми и аморфни фрази като *добри резултати, правилната посока, Да пуснем ли държавата в мобилните си телефони?*¹¹

В Днес.бг се представя информация не само за България и кризата с коронавируса, но какво става по света; задават се въпроси защо в Русия има по-малко заразени от Люксембург, информират, че в Германия се забраняват срещи между повече от двама души; че Гърция обявява пълна карантина; че се вземат драконовски мерки в Ломбардия и че там умират стотици хора всеки ден, особено през март; че игрите в Токио 2020 се отлагат по решение на Международния олимпийски комитет: „Най-големият спортен форум беше отложен. Причината е пандемията от коронавирус, която блокира целия свят“.¹² Същевременно се използва както образен език, така и терминология; има известна обтекаемост в изказа и в същото време се поставя акцент върху сензацията. Налице е съчетаване на деятелен и страдателен залог, на факти и многословие, което би могло да създаде потенциални условия за създаване на фалшиво съдържание.

В онлайн новините по принцип има позоваване на официални източници и се използват инструменти от политическия *пъблик рилейшънс* с цел демонстриране на достоверност и представяне на релевантна държавническа позиция от страна на политиците: на българския президент Румен Радев, на премиера Бойко Борисов, на вицепремиера Томислав Дончев, на министъра на туризма Николина Ангелкова, на министъра на външните работи Екатерина Захариева, на ръководителя на Кризисния щаб генерал проф. Венцислав Мутафчиев. Това е стил на представяне на новините във Фокуснюз – имената на официалните лица и говорители са в заглавията на повечето текстове, свързани с коронавируса, кризата, предприеманите мерки; стилът е неутрален и се избягват конотациите: „Президентско вето върху закона за действията по време на извънредно положение“, „Министър Теменужка Петкова: Цените на ел. енергията...“, „Премиерът Борисов: Мерките срещу корона вируса изнервят хората и не носят политически дивиденди, но това е правилното и ще го правим докрай“, „Ген.-майор Венцислав Мутафчийски, ВМА: Предпазните маски предпазват тези, които са болни, да не заразят останалите.“¹³

⁹ Дневник, 24.03.2020.

https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2020/03/24/4045354_koi_sa_maskite_za_predpazvane_ot_covid-19/

¹⁰ Факти. 27.02.2020. <<https://fakti.bg/bulgaria/450286-pribraha-20-uchenici-ot-italia-s-pravitelstvenia-samolet>>

¹¹ DW.25.03.2020.

<https://www.dw.com/bg/%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%83%D1%81-%D0%B4%D0%B0-%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%BC-%D0%BB%D0%B8-%D0%B4%D1%8A%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%B2-%D0%BC%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%81%D0%B8-%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B8/a-52915889>

¹² Днес.бг 29.03.2020. „Токио 2021 ще се проведе между 23 юли и 8 август

¹³ Фокуснюз <http://www.focus-news.net/?full=1>

В началото на април 2020 година в България вече успешно функционира официален сайт във връзка с COVID-19 <<https://coronavirus.bg/>>¹⁴. В сайта поэтапно всеки ден се попълват рубриците, дава се информация от институции и експерти, проследяват се промените, оповестяват се експертни оценки. Също така се очаква обратна връзка от посетителите във връзка с публикуването, дават се отговори на въпроси. За да се улеснят гражданите и да се избегнат недоразумения, на сайта са представени бланки на документи. С цел получаването на достоверна информация са дадени телефони и полезни връзки. За постигане или демонстриране на прозрачност се посочват линкове и информация за брифинги на министри, за българите в чужбина, за работещите в транспорта. Създадени са мобилно приложение и регистър за събиране на данни за здравния статут на българите. Налице е интертекстуалност: документи, които са подготвени в официално-делови стил и с правна терминология: това са закони, решения на Министерския съвет, заповеди на държавни органи, образци на документи и бланки; представена експертна оценка, статистика, визуализация. Данните са с широк обхват и засягат различни области: здравеопазване, финанси, икономика, туризъм, земеделие, социално подпомагане, образование, правосъдие, административни електронни услуги и други, т.е. интертекстуалността се проявява на равнище сайт, навигация, информация.

Интертекстуалността се проявява и в блоговете, които са част от българската блогосфера. Деси Александрова създава и поддържа блог, в който всеки ден обновява информацията за коронавируса, т.е. има и друг тип онлайн източници. Изводът е направен на базата на анализ на публикациите, например: [Конвалесцентни серуми като опция за справяне с COVID-19, задължителен скрининг за SARS-CoV-2 на жени, приети за родоразрешение, Молекулярна имунопатогенеза и диагноза на COVID-19](#)¹⁵

Анализът показва, че интертекстуалността е част от онлайн новините, постове в блоговете, сайтовете на институциите, но има специфични начини на проявление.

Хипертекст и хипертекстуалност

При дефиниране на хипертекстуалността се представят описания на това какво е хипертекст, извеждат се негови особености и проявления, както и промени в резултат на развитието на интернет и дигитализацията. Според Пол Едуардс хипертекстът може да се мисли като вид автоматизиран текст, като алтернатива, като нелинейна техника за организиране на уеб (Edwards, 1994, p. 230). Авторът допълва, че при хипертекста се използва способността на компютъра да намира информацията моментално, на случаен принцип, често базиран на критерии, но начинът на търсене е далеч по-сложен от този по ключови думи онлайн (Edwards, 1994, p. 230). Приемаме описанието за хипертекст, дадено от Едуардс, но същевременно отчитаме динамичното развитие на интернет през последните десетилетия (Web 2.0, Web 3.0, We. 4.0, Internet of Things), както и появата на социалните мрежи. Вече е препоръчително и дори задължително използването в онлайн публикациите на хиперлинкове, хипервръзки, хаштагове, които създават условия текстът да е флуиден, но също са налице възможности за откриване и валидиране на източниците, има насочване към други ресурси. Създаването на съдържание в ситуацията на кризата с коронавируса засилва потребността от представяне на достоверни източници чрез линкове и създаване на съдържание, което невинаги е оригинално, а е създадено на принципа на вторично създаване на текст на базата на вече създаден от специалисти по пбблик рилейшънс (прессъобщение); от онлайн журналисти в техни предходни публикации или от експерти; тогава се говори за т.нар. re-writing. Това създава условия за хипертекстове, в които линкът се възприема като задължителен елемент в рамките на всяка една публикация.

Хаштаговете # стават структурен и съдържателен елемент от хипертекстовете на онлайн медиите; те дори излизат извън традиционното си използване в текстовете, а стават част от

¹⁴ COVID-19 <https://coronavirus.bg/>

¹⁵ Блог на Деси Александрова <https://covidresource-bg.org/>.

кампанията, например в BGNES има такива: #ОстаниВкъщи и #ОтговорниЗаедно, поставени до логото на медията.

Люк Латерверф и Даниел Верхей анализират хипертекста в онлайн медиите и търсят отговори на въпроса дали хипервръзките водят до повече доверие, до по-висока оценка от страна на читателите относно достоверността на новините. (Lagerwerf, Verheij, 2014, pp. 163 – 178.). Авторите стигат до извода, че буквално и пряко цитираните източници водят до по-добро възприемане на контрола от страна на някои читатели при четене на онлайн новини, както и че директно цитирани източници чрез хипервръзки в онлайн новините водят до по-добро възприемане в сравнение с онлайн новини, в чиито текстове няма директни хипервръзки (Lagerwerf, Verheij, 2014, p. 167).

Съотнасяйки тези постановки относно ситуацията с коронавируса към онлайн медиите и сайтовете на електронните медии, се наблюдава използване на хиперлинковете към авторитетни източници, имайки предвид и нагласите на учебителите, за които се предполага, че имат добра дигитална култура и могат да търсят и намират други източници на информация.

Анализът показва, че популярните онлайн медии невинаги слагат линкове към източниците и снимките. Например в статиите на Webcafe това е практика, за която свидетелстват примерите, в първия има снимки, представяне на традиции, но не са посочени нито източниците, нито има хипервръзки;¹⁶ във втория се цитира американският президент, но няма дата, място и линк към изявлението: „Ако това е било грешка, грешката си е грешка. Но ако те са били съзнателно отговорни, тогава, мисля, че със сигурност трябва да има последствия“, заяви Тръмп по време на редовния си брифинг.¹⁷ Има и проявления със смесен характер в други онлайн медии, например BGNES, когато се представят събития от различни държави във връзка с честването на Великден, има хаштагове, но няма връзки към снимките в хипертекстовата публикация.¹⁸ Този модел на създаване на новини без хипервръзки не се следва от всички онлайн медии, например OffNews дава хипервръзки към източниците, публикации са свързани с други новини:

*Американският Институт за здравни показатели и оценки (Institute for Health Metrics and Evaluation), който следи и прогнозира развитието на пандемията във всяка отделна държава, актуализира в благоприятна посока [прогнозата си за България](#).*¹⁹

Когато става въпрос за професионално ориентирани медии, например за медици, има почеста проява на хипертекстуалността; на езиково равнище това са имена на лаборатории, учени, както и медицинска терминология, която е основа на хипервръзките, има и повтаряне на термините от заглавието дословно или във варианти. Това е относително ново явление, констатирано именно в ситуацията на кризата с COVID-19, особено за covidresource-bg.org, създаден като проект, представящ статии в превод на български език, и макар и условно, може да се нарече онлайн научна медицинска медия, която дава отворен достъп до актуална информация от научни платформи:

¹⁶ Как COVID-19 промени традициите в целия свят. Webcafe. 18.04.2020, 07:30, <<https://webcafe.bg/svyat/kak-covid-19-promeni-traditsiite-v-tseliya-svyat.html>>

¹⁷ Тръмп: Ако Китай е отговорен за пандемията, трябва да си понесе последствията. Webcafe. 19.04.2020, 10:05, <<https://webcafe.bg/bulgaria/tramp-ako-kitay-e-otgovoren-za-pandemiyata-tryabva-da-si-ponese-posledstviyata.html>>

¹⁸ Заплахата от COVID-19 остави православните християни на Великден по домовете. 19/04/2020 09:36 <https://bgnagency.com/world/international/%d0%b7%d0%b0%d0%bf%d0%bb%d0%b0%d1%85%d0%b0%d1%82%d0%b0-%d0%be%d1%82-covid-19-%d0%be%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%b2%d0%b8-%d0%bf%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%be%d1%81%d0%bb%d0%b0%d0%b2%d0%bd%d0%b8%d1%82%d0%b5-%d1%85/>

¹⁹ Благоприятна прогноза на US учени: Пикът на починалите от COVID-19 в България вече е минал. 19.04.2020. <<https://offnews.bg/zdrave/blagopriatna-prognoza-na-us-ucheni-pikat-na-pochinalite-ot-covid-19-v-726894.html>>

Размах на съпътстващите имунни реакции преди възстановяване на пациент: клиничен случай на пациент с леко протичащ COVID-19 17.04.2020 [jwxEIFvP](#) [ИМУНЕН ОТГОВОР](#)

Източник: <https://www.nature.com/articles/s41591-020-0819-2?fbclid=IwAR0JvkEIH2XEODUcRk6ozObXON1Zi29CFQb81oJNLS8s7FYB5RnGcK0d28>

Превод: Цветелина Великова

Irani Thevarajan, Thi H. O. Nguyen, Marios Koutsakos, Julian Druce, Leon Caly, Carolien E. van de Sandt, Xiaoxiao Jia, Suellen Nicholson, Mike Catton, Benjamin Cowie, Steven Y. C. Tong, Sharon R. Lewin & Katherine Kedzierska

*Nature Medicine volume 26, pages 453–455(2020)*²⁰

Според Тая Облак хипертекстуалността е въпрос на взаимосвързаност между различни части в текста, като това става по повече или по-малко съгласуван начин; авторът допълва, че степента на хипертекстуалността може да се изучава на нивото на първата страница на новините, а също и на нивото на отделен елемент на съдържанието в отделна публикация. От една страна, информацията се верифицира, но от друга страна, се създава „фрагментация на съдържанието“. (Oblak, 2005, p. 96). Тая Облак говори за вътрешна и външна хипертекстуалност; при външната трябва да има връзка между съдържанието във всяка отделна публикация с други страници и издания на същата или други медии, както и към други публикации по дадена тема към различни типове медии с линкове към тях. При вътрешната хипертекстуалност съдържанието в дадена публикация е свързано с други новини в самата медия от същия ден или с предходни постове (Oblak, 2005, pp. 96 – 97). Приемаме тези определения и в хода на анализа се установи, че онлайн публикациите по същество са хипертекстове според посочените по-горе критерии и особености. В примера е налице стремеж към коректно цитиране и спазване на принципа на достоверността и правдоподобността тогава, когато източникът е авторитетна медия, като се прави превод на български език и има цитиране на авторитетна медия, каквато е Washington Post:

*Има ли основание САЩ да твърди, че COVID-19 е изпуснат от лаборатория? Според данни на Washington Post още през 2018 г. е имало сериозни опасения.*²¹

Външната хипертекстуалност е постоянна характеристика на онлайн публикациите: например публикация със заглавие „Инхибитори на ренин-ангиотензин-алдостероновата система в лечението на пациенти с Covid-19“ започва веднага с посочване на източника и на преводача, следва списък на авторите²²:

14.04.2020 [jwxEIFvP](#)

Източник: https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMsR2005760?query=pfw&jwd=000012054788&jsc=#.XoJ-wZ5-D_g.facebook

Превод: Кристина Велкова

Списък на авторите

Хипервръзките в онлайн публикациите дават основание да се говори за вътрешна хипертекстуалност, като това показва работата на онлайн журналистите в силно конкурентна медийна среда; има проява на професионализъм, от една страна; от друга страна, се доказва постоянният интерес към темата, вербалната информация се съчетава с визуални елементи,

²⁰ Размах на съпътстващите имунни реакции преди възстановяване на пациент: клиничен случай на пациент с леко протичащ COVID-19. Covid-19. 17.04.2020 <<https://covidresource-bg.org/case-immune-responses/>>

²¹ Има ли основание САЩ да твърди, че COVID-19 е изпуснат от лаборатория? [dnes.bg](#): 18.04.2020
Прочети още на: <<https://www.dnes.bg/koronavirusat/2020/04/18/ima-li-osnovanie-sasht-da-tyvr-di-che-covid-19-e-izpusnat-ot-laboratoriia.446574>>

²² Инхибитори на ренин-ангиотензин-алдостероновата система в лечението на пациенти с Covid-19. 14.04.2020 <<https://covidresource-bfg.org/inhibitori-na-renin-angiotenzin-aldosteronova-sistema/>>

предимно снимки; има посочване на сензационни новини и примери и извън страната. Например в онлайн медията „Вести“ има такива примери: „Средната възраст на починалите се снижи доста – до 66 години“, отбеляза Мутафчийски. [Полиция не позволява разходките по бул. "Витоша" \(снимки\)](#) [това е вътрешен линк – проява на вътрешна хипертекстуалност]. „Болестта протича тежко във всички възрастови групи. Специално за по-младите починали, имаме логично обяснение – те са със съпътстващи заболявания – хипертония или астма. В момента има 37-годишен мъж, който е интубиран в болница „Св. Анна“, посочи още той.²³

Вътрешната хипертекстуалност на равнище хипервръзки с ключови думи, термини, производители е постоянна особеност в онлайн публикациите; релациите са в посока създаване на достоверност и се извежда авторитетът на източниците: клиници, производители, лаборатории и други. Много често хипервръзките се дават на оригиналния език, в други случаи терминът се превежда на български език, като целта е да не се допусне комуникативна бариера за по-широк кръг читатели онлайн. Също така хипертекстуалността на езиково равнище се проявява на равнище билингвизъм и диграфия, най-често се дават термините на английски или медицинските от латински и преводите им, например:

16.04.2020 **Данопревири (Danoprevir)**: Антивирусно средство с пряко действие, което се изследва в комбинация с ритонавир на [Ascletis Pharma](#) за лечение на COVID-19. Danoprevir е одобрена терапия в Китай за лечение на хроничен хепатит С.

EIDD-2801: Рибонуклеозиден аналог, който инхибира репликацията на множество РНК вируси, включително SARS-CoV-2. FDA одобри проучване на ново лекарство (IND), което ще позволи на [Ridgeback Biotherapeutics](#) да започне клинично тестване при хора.²⁴

Важно е да се уточни, че с цел постигане на достоверност като основа за убеждаване на уебчитателя, повечето публикации в онлайн медиите в България са придружени със снимки, таблици, диаграми, карти, графики, т.е. има основания да се говори за съчетаване на хипертекстуалността с мултимедийно и мултимодално съдържание. Вербалната информация не просто се допълва с визуализацията, но има напредък с излъчване на живо в някои онлайн медии. Също така се посочва от къде са взети фактите, дават се линкове към цитираните от тях източници, има хипервръзки и хаштагове; тоест достоверността и аргументацията са на визуално, вербално и виртуално равнище. В онлайн публикациите се представят заглавията към видеоклиповете и другите електронни ресурси.

Мултимодалност и интериконичност

Терминът „интериконичност“ се използва от Наталия Кузмина и според автора интериконичността е препратка към прототекста, който не е от словесен, а е от визуален характер; тя говори за визуализирана интертекстуалност, която се проявява не само в комикси, карикатури, реклама, но и в креолизираните текстове, и посочва примери за прототекстове, сред които този на плаката «Родина-мать зовёт!», ... (Кузмина, 2011). Възприемаме трактовките, дадени от Кузмина, и допълваме, че тази специфика има релации и към мултимодалността, като запазва специфичните си проявления.

Мултимодалността е обект на изследване повече от две десетилетия. Гюнтер Крес е един от първите учени, които се насочват към изучаването ѝ, като представя този термин в публикациите си.

²³ Василена Василева, Осем нови случая на заразени с COVID-19 у нас, 14 души са изписани до момента. Vesti. 29.03.2020 <<https://www.vesti.bg/temi-v-razvitiie/tema-koronavirus/osem-novi-sluchaia-na-zarazeni-s-covid-19-u-nas-14-dushi-sa-izpisani-do-momenta-6107561>>

²⁴ Covid-19. 16.04.2020 Какво предстои: Терапии за COVID-19 в процес на проучване <<https://covidresource-bg.org/%d0%ba%d0%b0%d0%ba%d0%b2%d0%be-%d0%bf%d1%80%d0%b5%d0%b4%d1%81%d1%82%d0%be%d0%b8-%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%b0%d0%bf%d0%b8%d0%b8-%d0%b7%d0%b0-covid-19-%d0%b2-%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%86%d0%b5%d1%81-%d0%bd/>>

На теоретично равнище в книгата „Новата медийна грамотност“ представя трансформациите, които образно нарича преход от хартия към екран/монитор/дисплей; той говори за визуална и мултимодална грамотност, за начините ѝ на приложение в образованието и преподаването (Kress, 2003). Авторът продължава изследванията си в тази област, като поставя акценти върху изясняване на понятието ‘Mode’ (Kress, 2009), разширява периметъра на проучванията си в посока прилагане на социално-икономически подход към съвременната комуникация (Kress, 2010). Проучванията на мултимодалността се развиват в теоретичен план по посока изясняване на съдържанието му (Jewitt, 2009); учените Линдър и Васудеван се насочват към изучаване на проявленията в дигиталния свят и т. нар. „мобилна култура“ (Leander, Vasudevan, 2009). Изследователи, сред които Джоди Мъри и Клеър Лъткуит, изучават все по-задълбочено в теоретичен и методически план мултимодалната композиция (Lutkewitte, 2013) и начините на структуриране и композиране на мултимодалността (Mungray, 2013).

За целите на изследването създаваме работна дефиниция за мултимодалност: „Неразривно и кохерентно свързване в единна композиция на визуални, невербални и визуални изображения при запазване на относителната независимост на отделните елементи на семиотично, графично и композиционно равнище; при отчитане на историческия, политическия, социалния, културния и медийния контекст в творческия процес. Мултимодалността в онлайн среда се създава и на базата на дигитална грамотност и компетентност при използване на софтуери и приложения, както и при наличие на нагласата на онлайн журналистите и потребителите на глобалната мрежа да създават мултимодално съдържание, което в повечето случаи е ориентирано към лесно и бързо декодиране на посланията от адресатите“. В тази част на статията се анализират мултимодалността и интериконичността в два подкорпуса. Единият включва селектирани онлайн публикации, свързани с COVID-19. Анализът показва, че онлайн медиите и сайтовете на електронните медии включват публикации, някои от които са изградени на базата на мултимодалността, като в тях текстовата част е доминираща, но визуалните елементи: графики, карти, схеми, таблици, диаграми, снимки, скрийншотовете (printscreen) от видеоклипове или лайфстрийм (live streaming) излъчвания, не са в подчинена позиция спрямо словото, а са инкорпорирани в един краен общ медиен продукт. Като пример за добри практики можем да посочим *Фокуснюз* и *Медианул*, като при тях визуалният елемент на заглавната страница е представен заедно със заглавието в началото на публикацията, за да представи новините. Например във *Фокуснюз*: изображение на Борис Джонсън и заглавие „London Evening Standard: Борис Джонсън смята, че смекчаването на мерките с борбата с коронавируса ще доведе до „втора вълна на заразата“; снимка на вируса до заглавието: „Reuters: Повече от 2500 души, подкрепяни от Тръмп, протестираха против мерките за карантина във Вашингтон“; снимка с надпис на медията с Любляна, която е анимирана, пред текста „Сител (Македония): В Словения започват нови тестове за COVID-19“; снимка на Рихауа, изобразяваща пътен знак, на човек с маска: „Euronews: Европейските страни смекчават мерките за борба с пандемията“; „ТАСС: Броят на заразените с COVID-19 в Испания надвиши 250 хил. души“. ²⁵ Интериконичността се проявява в онлайн медиите (снимките са с надписи, има инфографики), като тя навлиза и в полето на интердискурсивността, тъй като се виждат и реклами, например в сайта на *Нюз.бг*. ²⁶

Фигура 1: Мултимодалност, интериконичност, интердискурсивност
Първото изображение е от *Фокуснюз*, второ изображение – от *Нюз.бг*

²⁵ Фокус информационна агенция, 20.04.2020. <<http://focus-news.net/>>

²⁶ Nes.bg. 20.04.2020 <<https://news.bg/>>



Вторият подкорпус са т.нар. мемета, преобладаващо свързани с образа на генерал-майор професор д-р Венцислав Мутафчийски, председател на Националния кризисен щаб за (борба с) коронавируса. Тази тематика се представя от медиите и има линкове с мемета/мемове, като е налице постоянно обновяване (сред медиите са Нова телевизия²⁷ и в „Марица“²⁸). Прави се уточнението, че се използва(т) терминът(ите) „меме“ (от английски *meme*) и „мемета“, а не колажи, който (които) също се среща(т) в онлайн публикации. Приемаме тълкуванието, което Петя Янева дава за *меме* в опит за изясняване на значението му при анализа на популярното меме „Пепе“: „Следователно мемевите се опират на символната система на средата, в която са създадени, което позволява възприемането, декодирането и лесното им възпроизвеждане, т.е. в основата им се намира базова система от пиктограми и идеограми. Към графичния елемент по-късно се добавя текстов материал. Въпреки че идеограмите имат собствено значение, текстът към тях често не може да съществува самостоятелно.“ (Янева, 2018, с. 3)

С оглед целите на изследването са събрани около 200 мемета, селектирани са 80, а резултатите показват следното. Типичната лаконичност в изказа на генерал Мутафчийски се проявява в използването на кратки изречения, съдържащи перформативни глаголи и апели към самодисциплина, към следване на правилата в конкретната ситуация от развитието на кризата: от оставане вкъщи до спазване на карантината по празници, пътуване до дома или до работното място и други. Изразите в пародийните мемета често са изградени на основата на перифразата, други съдържат отрицателната частица „не“ и думата „няма“ („Няма да излизат.“; „Не тръгват!“). Използват се лица на популярни личности, певци, артисти, поети, писатели като визуални елементи, а казаното от генерал Мутафчийски най-често е на втора позиция в меметата. Макар и с известна условност, може да се говори за композиция, структурирана като лаконичен диалог във виртуална среда:

- на фона на лице на младеж: „Отиваме на купон! – Не отивате.“;
- снимката на народната певица Валя Балканска, изпълнител на песента, спомената в мемето: „Излез е Делю хайдутин. – Няма да излиза.“;

Това е устойчива конструкция и композиция и при използване на познати образи и изрази от филми, които също са част от меметата:

²⁷ *Генералът каза* или как Мутафчийски стана любим образ в социалните мрежи, Нова телевизия, 22.03.2020. <https://nova.bg/galleries/view/2020/03/22/10658/%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8A%D1%82-%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0-%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%BC%D1%83%D1%82%D0%B0%D1%84%D1%87%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B0-%D0%BB%D1%8E%D0%B1%D0%B8%D0%BC-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7-%D0%B2-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BC%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8>

²⁸ Яница Маринова, Кои са новите мемета с ген. Мутафчийски в нета?, в „Марица“, 03.04.2020 <https://www.marica.bg/lajfstajl/koi-novite-memeta-s-gen-mutafchiyski-v-neta>

- „Фродо, тръгваме на велико приключение. – Не тръгвайте.“. Филмът е „Властелинът на пръстените“;

Социалният контекст в развитието на кризата и актуалната тематика се отразяват в меметата, като се вземат цитати от популярни стихове и песни и се представят като вербална част, а поетите и певците са визуалните елементи, като мултимодалността се проявява именно на това равнище. В някои от тези композиции изразите на генерал Мутафчийски са одобрителни или изразяват констатации, но контекстът е много различен от оригинала:

- „Болен ми лежи Миле Попйорданов. – Точно така, да лежи вкъщи, да се обаждат на личния лекар и да не задръстват болниците.“;

- Снимка на актьора Джоко Росич, изпълнител на цитираната в мемето песен: „Йовано, Йованке, аз те тебе чекам, дома да ми дойдеш, а ти не довадеш, душо. – Под карантина в Банско е.“;

- Цитат от стихотворение на поета Димчо Дебелянов: „Да се завърнеш в бащината къща ... – Да, ако си регистриран там по настоящ адрес.“.

Фигура 2. Мемета, имитиращи диалог чрез цитати и примери



Мултимодалността се изразява в инкорпориране в меметата на цитати от популярни песни, в това число и от чалга стила, а декодирането е бързо; тези мемета имат спецификите на оказионализмите, те бързо се „износват“ и нямат устойчива употреба. Също така повечето мемета не са с високо художествено и естетическо качество, те са направени като компютърно създадени изображения при използване на софтуери и приложения онлайн.

Предпочитанията при създаване на меметата, в които има проявление и на интериконичността, и на мултимодалността, са към цитати от песни в различен жанр и стил, от народни през т. нар. популярни или естрада до чалга. Във всички обаче се запазват основните елементи: изображение на певеца като фон, цитат от песента, изображение на генерал Мутафчийски и негова реплика в пародиен вариант или като перифраза; т.е. има известна ритмизация в мемето и условен виртуален диалог. Във всяко меме се откроява контекстът: моменти от развитието на кризата, от карантината до въвеждането на мерките да не се посещават парковете, да се използват документи при напускане на населеното място и т.н. Открояват се учтивият израз „Моля“, одобрителните изрази „Така ми харесва“, „Правилно“, „Точно така.“; забраните – „Никъде няма да ходи.“, „Не може.“; лаконичните изрази и непълни изречения „Да влиза“, „От тук право вкъщи.“. Креативният елемент не се среща често по отношение на рима или ритмизация във вербалната част на меметата, дори когато има в първата част цитат от песен. Наблюденията показват, че предпочитани са популярни песни, а това създава условия за бързо декодиране и не предизвиква езикови бариери дори в мултимодалните послания, които са подпомогнати от снимки, допринасящи за това бързо да се разбере казаното.

Народни песни: Народна песен с лицето на изпълнителя Володя Стоянов: „Назад, назад, моме Калино. – Правилно.“; Народна песен: „Седнало е Джоре дос, седнало е Джоре. Вьнка на вратици, дос. – Да влиза.“; Народна песен на фона на портрет на Райна Княгиня: „Кой уши байрака?“

– Кажете му да шие маски.“; Народна песен: „Тръгнала е Дена за вода студена“ – „От 8:30 до 10:30 – не.“; Народна песен: „Не е излязла Лиляна, най е излязла майка ѝ...“ – Моля?“.

Популярни изпълнители: Емил Димитров: „Колко нощи аз не спях. Колко друми извървях, да се върна. – Сега 2 седмици ще си отспиш.“; Богдана Карадочева и Стефан Димитров: „Ако до всяко едно добро същество застане поне още едно. – Само на 2 метра разстояние едно от друго.“; Лили Иванова: „Детелини, детелини, детелини, аз ви търсих по безкрайната земя. – Не ги търсиш.“; Лили Иванова: „Моля те, не ме докосвай, моля те, не ме целувай. – Точно така.“; Росица Кирилова: „Боса по асфалта вървя. – От тук право вкъщи.“; Васил Найденов: „Бързаш, няма време“ – Има, има.“; Орлин Горанов: „Вървя един следобед без цел и посока. – Моля?“; Мария Нейкова: „Вървят ли двама по дълъг път...“ – „Веднага да се приберат!“; Йордан Караджов, „Сигнал“: „Да те жадувам аз, да те жадувам...“ – „А ти все повече да се отдалечаваш“; ФСБ: „Пак ще се срещнем след 10 години. – Така ми харесва.“; Рут Колева: „Усещам, че си близо, по-близо от преди. – На 1 метър разстояние.“; Васко Кръпката: „Комунизмът си отива... – Никъде няма да ходи.“; Миро: „Ръцете ти, гълъбо, ръцете ти. – Измити ли са със сапун?“; Детска песен по текст на Леда Милева: „Зайченцето бяло, цял ден си играло...“ – „До 5 години затвор“; Слави Трифонов: „Пролет пукна. Ние не. – Рано е още.“.

Чалга песни: Орхан Мурад: „Хайде в Приморско, хайде в Бургас. – Нищо не бачка, стой си у вас.“; Азис: „Накъде душата ми да бяга? – Към вкъщи“; Азис: „Пипай, без да докосваш. – Само гледай, без да се ядосваш.“; Кати: „Аз съм волна пеперуда. – Вече не.“; Милко Калайджиев: „Елате, пиленца, при батко. – Не може.“; „Лампичката светеше, Шушана, а теб те нямаше. – Вкъщи си е.“; „Лампичката светеше, Шушана, а теб те нямаше. – Браво, Шушана! И ти да се прибираш веднага! Къде ходиш по улиците?“.

Фигура 3. Мемета, създавани на база цитати от песни



Малобройни са меметата с пародии в медицински контекст, но те също следват същата композиция:

- На фона на бебе: „Кога ще ми излязат зъбки. – Няма да излизат.“;
- „Излезе ми херпес от стрес. – Да не излиза.“;

Малко са меметата с мултимодални елементи в политически контекст:

- Фразата от края на 1989 г. „По-добре е танковете да дойдат. – Само с бележка.“
- Народното събрание със снимка на председателя Цвета Караянчева: „Коронавирусът влезе в парламента. – Да не излиза.“

Изводите са, че са налице основания да се говори за визуализирана интертекстуалност, по думите на Кузмина, цитирани по-горе, както в онлайн публикациите, така и в меметата. Същевременно не отхвърляме опцията за проявления на мултимодалност, като при меметата са ориентирани към широк кръг ученици, както и че те невинаги представят значима информация, по-скоро са резултат от желание за пародия и перифраза и създаване на добро настроение, без лично отношение към генерал Мутафчийски.

Заклучение

Въз основа на направения дискурсивен, медиен и комуникативен анализ на корпуса (разделен на три подкорпуса: онлайн публикации, видеоклипове, мемета, снимки, инфографики) се представят резултати от изследване на новини и информация, свързани с COVID-19. Информацията в медиите е селектирана за времето от 1 февруари до 30 април 2020 г. и тя е анализирана през призмата на три понятия: интертекстуалност, хипертекстуалност и мултимодалност. Ситуацията по време на кризата с коронавируса е проучена на три равнища: онлайн медийна комуникация; експертно говорене от членове на Националния кризисен щаб; виртуална визуална комуникация, представена чрез мемета и колажи. Установени са особености на интертекстуалността и хипертекстуалността в онлайн среда. Изведени са и са систематизирани примери във връзка с това как се осъществява мултимодалността в условията на конкурентна медийна среда и при наличие на дигитална грамотност и свобода на изразяване. Потвърди се първата хипотеза, според която в ситуацията с кризата с COVID-19 в България се наблюдават процеси с висока интензивност при създаването на термини и думи (предимно от медицината, икономиката, производството) на институционално и експертно равнище; тези думи имат висока честота на употреба и когато са включени в медийни публикации, създават условия за интертекстуалност. Потвърди се втората хипотеза, че медиите представят новини, изявления и информация предимно от официални източници и представители на държавни институции, на политици, които се излъчват директно. Позоваването се реализира чрез активно използване на хиперлинкове, хипервръзки и хаштагове от повечето медии, което увеличава възможностите да постигане на достоверност на предоставената информация и за валидиране на базата на вътрешна и външна хипертекстуалност. Като интересни явления в медийната среда се очертават мултимодалността и интериконичността, които имат проявления както в онлайн новините, така и в меметата. Докато при новините мултимодалността и интериконичността са с висока информационна стойност, при меметата те имат ситуативна употреба, нямат висока естетическа стойност, творческият елемент е редуциран и е сведен до перифрази, лаконични изрази и кратък виртуален диалог. Хетерогенността на медийната информация дава параметри за бъдещи изследвания при реализиране на многофакторен анализ и от гледна точка на различни науки.

БИБЛИОГРАФИЯ:

- Георгиев, Н. (1999)** *Пропасти и мостове на междутекстовостта*. Пловдив: УИ Паисий Хилендарски, с. 159 (*Georgiev, N. Propasti i mostove na mezhdutekstovostta*. Plovdiv: UI Paisiy Hilendarski, 159 s.)
- Добрев, Д., Е. Добрева (2013)** *Интертекстуалност в масовите комуникации: основни понятия, примери, задачи*. Шумен: Шуменски университет Епископ Константин Преславски, 105 с. (*Dobrev, D., E. Dobрева. Intertekstualnost v masovite komunikatsii: osnovni ponyatia, primeri, zadachi*. Shumen: Shumenski universitet Episkop Konstantin Preslavski, 105 s.)
- Великова, С. (2002)** Категорията паратекст – опит за ново тълкуване. // *Литературна мисъл*, 46, № 2, с.51. (*Velikova, S. Kategoriyata paratekst – opit za novo talkuvane. // Literaturna misal*, 46, № 2, s. 51)
- Великова, С. (2003)** Основни функции на паратекстовете. – В: *Годишник на Шуменския университет*, том XVI А. Шумен: Шуменския университет Епископ Константин Преславски. (*Velikova, S. Osnovni funktsii na paratekstovete. – V: Godishnik na Shumenskia universitet*, tom XVI А. Shumen: Shumenskia universitet Episkop Konstantin Preslavski.)
- Кузьмина, Н. А. (2011)** Интертекстуалность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса. // *Медиаскоп. Электронный научный журнал фак-та журналистики МГУ*. Вып. №1.< <http://www.mediascope.ru/node/755>>. (*Kuzmina, N. A. Intertekstualnost' kak bazovye kognitivnyye kategoriii*

- mediadiskursa. // *Mediascop. Elektronnyy nauchnyy zhurnal fac-ta zhurnalistiki MGU*. Вып. 1. <<http://www.mediascope.ru/node/755>>
- Червенко, О., С. Великова (2020)** Интердискурсивност, интертекстуалност и прецедентност във форумния медиалект. // *Езиков Свят / Orbis Lingrarum*, Vol. 18, Issue 1, с. 66 – 78. (Chervenko, O., S. Velikova. Inetrdiskursivnost, interteksutalnost i pretsedentnost vav forumnia medialekt. // *Ezikov Svyat / Orbis Lingrarum*, Vol. 18, Issue 1, s. 66 – 78.)
- Янева, П. (2018)** От пиктограма към мем. // *Реторика и комуникации*, бр. 36, с. 1 – 7. <<http://rhetoric.bg/%D0%BE%D1%82-%D0%BF%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%B4%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D0%BC>> (Yaneva, P. Ot piktograma kam mem // *Rhetoric and Communications/ Retorika i komunikatsii*, br. 36: s. 1 – 7, Available at <<http://rhetoric.bg/%D0%BE%D1%82-%D0%BF%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%B4%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D0%BC>>)
- Bateman, J. A. (2008)** *Multimodality and Genre: A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents*. New York: Palgrave Macmillan, 307 p.
- Edwards, P. (1994)** Hyper Text and Hypertension: PostStructuralist Critical Theory, Social Studies of Science and Software. // *Social Studies of Science (SAGE, London, Thousand Oaks and New Delhi)*, Vol. 24, pp. 229–278.
- Jewitt, C. (2009)** An introduction to multimodality, Different approaches to multimodality. In: *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, ed. By C. Jewitt, London: Routledge, pp. 14–40.
- Kress, G. (2003)** *Literacy in the new media age*. London: Routledge, 190 p.
- Kress, G. (2009)** ‘What is Mode?’ In: *Handbook of Multimodal Analysis*. ed. Jewitt, C., London: Routledge, pp. 54–66.
- Kress, G. (2010)** *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. New York: Routledge, 212 p.
- Kristeva, J. (1969)** *Séméiotikè. Recherches pour une sémanalyse*. Paris: Édition du Seuil, 313 p.
- Kristeva, J. (1974)** *La révolution du langage poétique. L'avant-garde à la fin du XIXe siècle: Lautréamont et Mallarmé*. Paris: Édition du Seuil, 640 p.
- Lagerwerf, L., D. Verheij (2014)** Hypertext in online news stories: More control, more appreciation. // *Information Design Journal*, January 2014, pp. 163–178. John Benjamins Publishing Company, DOI: 10.1075/idj.21.2.07lag
- Leander, K. M., L. Vasudevan (2009)** Multimodality and mobile culture. // *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, ed. By Carey Jewitt. London: Routledge, pp. 127–140.
- Lutkewitte, C. (2013)** *Multimodal Composition: A Critical Sourcebook*. Boston: Bedford/ St. Martin’s, 560 p.
- Murray, J. (2013)** Composing Multimodality. // *Multimodal Composition: A Critical Sourcebook*. In: Lutkewitte, Claire, ed. Boston: Bedford/ St. Martin’s, pp. 41–48.
- Oblak, T. (2005)** The lack of interactivity and hyper textuality in online media. // *The International Journal for Communication Studies*. London: Thousand OAKS & Nee Delhi: SAGE Publication, 67(10), pp. 87–106, DOI: 10.1177/0016549205049180