

общност“ от политически еманципиращи се хора, стремящи се да направят свободен избор и да се сдобият, опирайки се на колективната солидарност, с властта сами да определят бъдещето си. Затова и колективистичната формула (т. н. „**ниедискурс**“) преобладава във вербалните конструкции на политическата комуникационна картина на Възраждането.

Политическата комуникация е свързана с целеустремено предаване и избирателно приемане на информация, без които е невъзможно движение на политическия процес. Информацията, която днес все по-често се трактува в качеството на трети компонент на битието - наред с веществото и енергията, на практика още през Възраждането се възприема като мощен ресурс и ключов фактор на социалния прогрес. Затова периодичният печат се нагърбва с важната функция за информационно обезпечаване на националното съществуване и развитие. Тук е важно да се уточни какво следва да се разбира под „политическа“ и „политически значима“ информация. Така например употребата на особено популярното в медийния узус съществително „приключение“ включва в плана на съдържанието си широк набор от референти, само част от които притежават „политически“ и „политически значим“ потенциал в зависимост от събитийния и интерпретативния контекст: приключение може да обозначава махленска свада, криминално деяние с битов характер, но може да назовава и дипломатически скандал, революция или въстание, война и много други.

Политическата комуникация може най-кратко да се дефинира като предаване на смисли, значими за функционирането на политическата система. Политическата, както и другите видове комуникации, предполага комуникатор, съобщение, някакъв канал или средство за предаване и, накрая, получател. В политическата комуникация обикновено се касае за писани и произнесени думи, но тя може да произлезе и с помощта на всеки знак, символ или сигнал, посредством който се предава смисъл. Следователно за научното „овладяване“ на политическите комуникационни артефакти е необходимо и **четене „между редовете“**.

Структурата на всяко комуникативно поле, в това число и политическото, е резултат от дейността на три роли: знаков производител, знаков консуматор и знаков посредник. Периодичният печат през Възраждането на практика се реализира и в трите роли, в зависимост от равнището на социална и комуникационна йерархия, на което действа в конкретния случай. Така той може да бъде както посредник, така и консуматор и дори производител на знаковия поток.

Тази многофункционалност и адаптивност на периодичния печат може да се интерпретира и на институционално равнище. Редно е да припомним фундамен-