

 **НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**

ДЕПАРТАМЕНТ „МАСОВИ КОМУНИКАЦИИ”

Ралица Светозарова Филипова

**ЕЛЕКТРОННА ЖУРНАЛИСТИКА: ИСТОРИЯ, СПЕЦИФИКА,
РАЗВИТИЕ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертация за присъждане на образователна и научна степен
„доктор”

**Научен ръководител:
проф. Владимир Михайлов, доктор на изкуствознанието**

София 2011

Съдържание

УВОД	3
ГЛАВА ПЪРВА ОТ ТЕЛЕГРАФА ДО КОМПЮТЪРА	6
ГЛАВА ВТОРА РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО КАТО МЕДИЯ	8
ГЛАВА ТРЕТА РАЗВИТИЕ НА ТЕЛЕВИЗИЯТА КАТО МЕДИЯ	10
ГЛАВА ЧЕТВЪРТА РАЗВИТИЕ НА ИНТЕРНЕТ КАТО МЕДИЯ	12
ГЛАВА ПЕТА ОРГАНИЗАЦИОННИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ МОДЕЛИ	16
ГЛАВА ШЕСТА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ	17
ГЛАВА СЕДМА ДИГИТАЛНО РАЗВИТИЕ НА ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ	17
ИЗВОДИ	21
Справка за приносите на дисертационния труд	24
Публикации по темата на дисертацията	25

Увод

Времето, в което живеем, поставя всекидневно уменията ни за комуникация пред нови и нови технологични изпитания. Току-що свикнали с едно изобретение, ние сме атакувани от друго, още по-съвършено, по-бързо, по-интелигентно. Желанието ни да сме в крак с новостите, да можем да ги обхванем и използваме максимално, ни изправя пред въпроси от морално, икономическо, психологическо, дори и от физическо естество. Въпроси, на които не винаги успяваме да дадем отговор, защото следващата технологична вълна заплашва да ни отнесе, ако не успеем бързо да се научим да сърфираме по нея. Същият проблем стои и пред медиите. Те трябва непрекъснато да се приспособяват към скоростно променящите се изисквания и нагласи на потребителите към тях, да успяват да изпреварят или прогнозираят процеси, да се отказват от завоювани територии и да завладяват други. От медиите всекидневно, всекичасно, всекиминутно и дори всекисекундно се изисква да задоволяват истерично растящия глад за информация и да откликват на разнообразни желания на потребителите. Кой ще излезе победител от това състезание, колко далеч е финалът, това информационен маратон ли е или бягане на късо разстояние с известен край – това са въпросите пред които непрекъснато се изправят хората, които работят в медиите. Една част от отговорите се намира в миналото им, другата е в настоящето, когато вече утвърдени те търсят своите форми на изява, а третата е във все по-бързо приближаващото се бъдеще, което поставя следващите предизвикателства.

Цел и задачи на дисертацията

Днес ние живеем в дигиталната епоха и именно този факт определи посоката на изследването: да се концентрира само върху електронните средства за масова комуникация – традиционните радио и телевизия и най-новото – интернет.

За трите медии е писано много, но повечето специалисти са разглеждали развитието и спецификата само на една конкретна медия. Предварително зададената тема предполага именно това – да се проследи пътят на всяка една електронна медия поотделно - от техническите изобретения, през формиращата се журналистика и нейните етапи, като се отчитат промените, които настъпват с навлизането на новите технологии и се очертае мястото и взаимодействието ѝ с другите електронни медии.

Навлизането в детайлност на процесите, свързани с трите електронни медии, очертава ясно и тенденцията всяка нова медия да използва технологичното и

творческо усъвършенстване на предходната. Това от своя страна дава възможност да се прогнозира пътищата на развитие на следващата медия, независимо каква ще бъде, защото тя ще започне там, където ще завърши технологично и ще се изчерпи творческото съдържание на предходната.

Чрез изследването се прави както историческа, така и моментна снимка на явленията и процесите, които протичат в електронните медии. Както и да се променят те и обществото, можем да бъдем сигурни в едно – че медиите ще се опират на опита от миналото, за да се развият в бъдеще. Това от своя страна ни дава увереност, че ако познаваме и работата над новите технологии, ние ще можем да си представим новото, следващо средство за масова комуникация.

Структура на дисертацията

За постигане целта на дисертацията са анализирани историческите, социалните и икономически предпоставки, благодарение на които се е появила всяка една от електронните медии – радио, телевизия и интернет. В детайли е проследено технологичното и професионално развитие на всяка една от трите електронните медии, както и взаимодействието помежду им. Очертани са и възможните пътища за развитие на всяка една от тях вследствие на технологичните възможности, които към момента на писането на дисертационния труд съществуват.

В първа глава „от ТЕЛЕГРАФА до КОМПЮТЪРА“ са разгледани технологичните предпоставки и поредицата от открития, довели да изобретяването на първообразите на всяко едно от трите средства за масова комуникация – радиото, телевизията и компютърът. В следващата - втора глава „РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО КАТО МЕДИЯ“ е проследен пътят, който радиото преминава от налагането му като средство за масова комуникация до радиожурналистиката и установяването на нейните характерни специфики. На радиожанровете е отделено голямо внимание, тъй като те са първите от групата на електронните медии и тяхното влияние се открива на по-късен етап и в телевизията, и в интернет. Представени са както най-важните журналистически професии, така и тези, чието присъствие по-често остава незабележимо. Обърнато е и внимание на функциите, които радиото като медия е призвано да изпълнява. На този принцип са разгледани и глава трета и четвърта – „РАЗВИТИЕ НА ТЕЛЕВИЗИЯТА КАТО МЕДИЯ“ и „РАЗВИТИЕ НА ИНТЕРНЕТ КАТО МЕДИЯ“. Придържането към една и съща схема при анализирането на следващите две медии е продиктувано от обстоятелството, че новата медия започва оттам, откъдето предходната е изчерпала своите възможности, както и от факта, че всяка медия

наследява в по-малка или по-голяма степен специфичните особености на по-ранното средство за комуникация като доразвива и дообогатява изразните си средства съобразно технологичните си възможности. Прилагането на една и съща схема на разглеждане на трите електронни медии дава и възможност за правенето на съпоставки и изводи както за технологичното развитие на медиите поотделно, така и като триумвират.

Глава пета „Организационни и професионални модели“ представя различните организационни модели, по които радиото и телевизията са се развивали или се развиват в зависимост от социално – политическата и икономическата система на отделните държави. Към всеки един от тези модели – на свободния пазар, на обществената отговорност и авторитарния, са разгледани и формите на регулация, които се прилагат. Специално внимание е отделено на интернет като медия, която не се вписва напълно в нито един от утвърдените досега модели, но гравитира най-силно към модела на свободния пазар.

На медийната грамотност и нуждата от нея в съвременното развитие на обществото е отделено специално внимание в глава шеста. Представени са основните принципи, на които почива медийната грамотност и възможностите на отделната личност да разбира и анализира посланията, така че да не бъде изцяло подвластна на манипулациите от страна на медиите. Акцент е поставен върху медийното образование на най-младата аудитория като възможен изход от затворения кръг, в който са се завъртели медиите и техните слушатели, зрители и потребители.

„Дигитално развитие на електронните медии“ е последната глава от дисертационния труд, в която се очертават посоките на развитие на радиото и телевизията вследствие на тяхното дигитализиране. Очертани са и пътищата, по които би могло в пъти нарастващите възможности на радиото и телевизията да бъдат догонени от качествено съдържание.

В заключението са обобщени изводите от дисертацията и са набелязани някои насоки за следващи изследвания.

Най-накрая е представена използваната литература.

ГЛАВА ПЪРВА ОТ ТЕЛЕГРАФА ДО КОМПЮТЪРА

Днес на фона на непрекъснатите изобретения, телеграфът е почти забравен, а на представителите на новото поколение малко вероятно е да е познат и като наименование. Въпреки това той е едно от епохалните технически открития, които бележат поврат в човешката комуникация и полагат основите за появата на нов вид медии – електронните, закономерните продължители на познатите дотогава – печатните. За да стане възможна появата на новите медии освен изобретения, трябва да има и обществена необходимост от тях.

В началото на 19. век търговията, технологиите и науката бележат голям напредък. Въвеждането на машини в производството създава условия и за съществени промени в света на комуникационните връзки. Печатът вече не е достатъчно бърз информационен източник, но той е изиграл своята роля, създавайки в хората потребност и положителни нагласи към информационните комуникации. Подготвена е социалната и технологична почва за поява на нов вид медии – електронните и съответно на нов вид журналистика – електронната.

Първото и най-важно откритие в тази посока е приложението на електричеството в комуникацията, което оказва най-голямо влияние върху сферата на междуличностното общуване.

В началото се появява телеграфът, по-късно копиращият телеграф и телефонът. Тези изобретения скъсяват разстоянието, което дотогава е ограничавало човешкото общуване, създават възможности за контрол над различни дейности и са в основата на следващото голямо изобретение – „безжичния телеграф”, който поставя началото на епохата на електронните медии. През 1851 година в Германия се оценяват преимуществата на „апарата на Морз” и той е въведен за всеобщо ползване.

Следващата голяма крачка в историята на комуникациите е направена от шотландеца Александър Греъм Бел. До появата на Интернет, изобретеният от него телефон променя в най-голяма степен междуличностното общуване в световен мащаб.

Научните открития в областта на радиотехниката на Савари, сър Уилям Кук , сър Чарлз Уитстоун, Самюъл Морз, на Джоузеф Хенри, Максвел, Фон Безолд, Дейвид Хюз, Джордж Фиджералд и Хайнрих Херц, са в основата на технологията на Гулиелмо Маркони, който донася своя „безжичен телеграф” в Съединените щати през септември 1899 година. Преди да получи американския патент, италианският физик преминава през няколко етапа на изобретението си.

Успоредно с Маркони над идеята за безжично предаване на радиосигнали на далечни разстояния работи и друг учен – руският физик и електроинженер Александър Степанович Попов. Двамата учени не са знаели, че имат еднакви открития.

На базата на различни документи и източници се изгражда категорично тезата, че първооткривателството на радиото принадлежи на Маркони, нещо което и самият Александър Попов през 1897 година признава в статия за най-авторитетното по това време издание сред физиците – „Електришън”.

Изобретяването на телевизията преминава по почти същите пътища, които преди това е извървяло радиото. Времето и усилията на множество учени и изобретатели са били нужни, за да се стигне до 1884 година – годината през която Паул Нипков открива относително прост механичен метод за превръщане на изображения в електрически сигнали. На 15 януари 1885 година немският изследовател получава за своето изобретение патент номер 30105. Поставено е началото на първата действаща телевизия – механичната.

За първи път терминът „телевизия” влиза в употреба на 27 декември 1899 година, когато руският инженер Константин Перский изнася последователно доклади пред Първия всеруски електротехнически конгрес в Петербург и няколко месеца по-късно на 18 август 1900 г по време на IV-тия Международен електротехнически конгрес в Париж, който се провежда в рамките на Световното изложение, посветено на идването на новия век.

В началото на 20. век идеята за телевизия е добре приета, остава само създаването на напълно функционираща система. В ранните експерименти за конструиране на работеща система трябва да бъдат отбелязани имената на унгареца Денис Михали и на американеца Чарлс Дженкинс. Личността, която обаче заслужава особено внимание, е шотландецът Джон Бърд, който през април 1925 г. демонстрира възможностите на своето изобретение пред членовете на Кралския научен институт

Патентът на проф. Розинг (№ 18 076 от 30 октомври 1910 г.) е следващият по важност в техническата история на телевизията след този на Паул Нипков. Докато

проф. Розинг експериментира с катодно-лъчевата тръба, десетки други изследователи също се опитват да подобрят качеството на предаването и приемането на сигнала. За съжаление обаче техните имена са известни днес само на малцина.

„Честта да се нарече баща на модерната телевизия се пада на д-р Владимир Козма Зворикин, който като отличен студент по физика в Петербургския технологичен институт е избран от проф. Борис Розинг през 1911 г. да му асистира в лабораторните експерименти за усъвършенстването на електронно-лъчевата телевизия и целият му по-нататъшен живот е олицетворение на изобретяването и усъвършенстването на икономоскопа (предавателната тръба за телевизионната камера), на кинескопа (електроннолъчевата тръба за телевизионната приемателна апаратура) и на изцяло електронната телевизионна система”.¹

Следващият етап в технологичното развитие на телевизията е свързан с преминаването от черно-бяла в цветна телевизия. На Световното изложение в Ню Йорк през 1939 година за първи път е демонстрирана практична система за цветна телевизия. Навлизането ѝ в масова употреба е забавено от икономическите битки, които се водят между двете телевизионни компании - RCA и CBS.

Друго техническо изобретение, което има историческо и стратегическо значение за развитието на електронните медии е компютърът. Тази най-великата машина на 20. век, а може би и на изминалото хилядолетие, е създадена преди повече от 60 години в подземие на физическата лаборатория на Университета на Айова от професора по физика д-р Джон Атанасов. Откриването и използването на новата технология и като медия предизвиква революция в развитието на обществото и променя плавно протичащия дотогава еволюционен път на развитие на предхождащите я медии.

Компютърните технологии и интернет поставят началото на дигиталната революция в областта на медиите.

ГЛАВА ВТОРА

РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО КАТО МЕДИЯ

За разлика от печата и печатната журналистика, където средството и журналистиката се появяват на бял свят почти едновременно, електронните средства за масова комуникация извървяват некратьк път на развитие, възприемане от обществеността, формиране и чак тогава на създаване и развитие на специфичната за тях електронна журналистика.

От 2 юни 1896 г., когато Гулиелмо Маркони получава британски патент № 12039 за: „Усъвършенстване в предаването на електрически импулси и сигнали, както и за апаратура за тази цел”, до създаването на Националната радиоразпръсквателна компания (NBC- National Broadcasting Company) през 1926 г. в САЩ, изминават ни повече, ни по-малко, а точно 30 години.

Радиоловобителите са първите хора, които разбират потенциала на новото изобретение и започват да го използват за двупосочна размяна на информация. Известни са и усилията на инженер Франк Конрад, който през 1916 година предава редовно новини и музика от своя гараж, но това отново са само опити да се промени ширещото се дотогава използване на радиотелефонията като способ за комуникация между две точки. Франк Конрад прави поврат в мисленето и успява със своите опити да убеди ръководителите на фирмата „Уестингхауз Електрик Къмпани” от Питсбърг, че истинският потенциал на радиото е в използването му като масмедия.

За начало на радиото като медия, както и за другите електронни средства за масова комуникация, ще се възприемат не първите опити, а моментът, от който тръгват организирано редовни предавания.

Успоредно с усъвършенстване на техническото средство са се изработвали и документи, които са регламентирали неговата дейност.

Златните години на радиото отминават с навлизането на телевизията като средство за масова комуникация. Предсказанията, че то ще изчезне като медия не се сбъдват. След първоначалния срив, радиото намира своята ниша и използвайки гъвкаво спецификата си успява не само да се задържи, но и да разшири аудиторията си. Създава се т.нар. форматно радио.

СПЕЦИФИКА НА РАДИОЖУРНАЛИСТИКАТА

Изразните средства на радиожурналистиката могат да се разделят в две основни неразривно свързани групи: формообразуващи и стилообразуващи. Към първата група се причисляват речта (говорът), музиката и шумовете, които могат да бъдат естествени или възпроизведени чрез различни уреди и инструменти. Към втората група – техническите или стилообразуващите спадат монтажът и различни технически способности за звукообразуване, като реверберация и др.

РАДИОЖАНРОВЕ

Определени са три устойчиви групи радиожанрове:

1. Информационни: новина, интервю, репортаж, обзор на печата и др.;
2. Аналитични: кореспонденция, коментар, беседа;

3. Документално-художествени или художествено-публицистични: радиочерк, фейлетон, документална радиодрама (фичър).²

ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ ПРОФЕСИИ В РАДИОТО

Една шеговита поговорка гласи: „Радиожурналистът трябва да знае кога да говори, а телевизионният журналист кога да мълчи”. Основните журналистически професии, които са се наложили с годините в радиото са: репортерът, радиоводещият, коментаторът, кореспондентът. Освен тях има и радиопрофесии, без които медията не би могла да осъществява своите функции. Те са свързани предимно с реализирането на звука – тонрежисьори, музикални оформители, шумовици, тонооператори.

ФУНКЦИИ НА РАДИОТО КАТО МЕДИЯ

Създаването на всяка една медия е продиктувано от точно определени представи за задачите, които тя трябва да изпълнява и за мястото ѝ, и ролята ѝ в обществото.

Разнообразните функции на радиото могат да бъдат определени като *информационни, осигуряващи социалното управление на обществото и културно-образователни*. Всяко радио може да изпълнява изброените до тук функции взети заедно или приоритетно само някои от тях.

ГЛАВА ТРЕТА

РАЗВИТИЕ НА ТЕЛЕВИЗИЯТА КАТО МЕДИЯ

Условно фазите на развитие могат да бъдат разграничени като етап на зараждане, обхващащ част от тридесетте години на 20. век, етап на формиране (втората половина на 40 –те и петдесетте години), етап на бурното развитие, период на зрялата телевизия.³

В началото на своето развитие, телевизионните програми заимстват от радиото не само журналисти, но и копират в много голяма степен спецификата на по-зрялата медия. В годините преди навлизането на видеото всички предавания са се излъчвали „на живо”. Репортажите от мястото на събитието, коментарът на новините, постоянните водещи се раждат и развиват именно в тези години. Възможността за излъчване на програми на запис дава нова насока в развитието на медията. Първите признаци за огромното влияние на телевизионните предавания върху всекидневието и мисленето на хората се появяват. През осемдесетте години на миналия век телевизията няма конкуренция. Съдържание и форма съществуват хармонично. Оптимално са използвани всички възможности на медията. Ефирната, кабелната и сателитната телевизия се състезават в затрупването на зрителите с информация през следващото десетилетие.

Деветдесетте години на миналия век са началото и краят на телевизията, която зрителите познават повече от половин век. На медийния пейзаж се е появил интернет със своите необятни и в същото време непознати изцяло възможности. Цифровата, уеб и мобилната телевизия са предстоящото бъдеще. Формата се променя с огромни темпове, но съдържанието изостава. Залез или ново начало на старата нова медия?

СПЕЦИФИКА НА ТЕЛЕВИЗИОННАТА ЖУРНАЛИСТИКА

С утвърждаването си като медия телевизията поставя важен въпрос пред изследователите: тя само журналистика ли е, изкуство ли е или и двете заедно? Всяко едно предположение има своите привърженици и противници, своите доводи „за” и „против”. С дългогодишното си съществуване обаче тя доказва, че не е нито едното, нито само другото. Най-правилно е тя да се разглежда и като важно звено от веригата на средствата за масова комуникация, и като определящ елемент в сферата на изкуствата.

ЕЛЕМЕНТИ НА ТЕЛЕВИЗИОННАТА СПЕЦИФИКА

Китайска мъдрост гласи: „ По-добре е един път да видиш, отколкото сто пъти да чуеш”.

Образът е най-важният и отличителен белег на телевизията. Като пряка наследница на радиото, телевизията прибавя към трите основни стълба – звук, слово и музика, важен и силно доминиращ елемент – картината. И ако слуховото възприятие е основният мост към въображението на радиослушателя, то образът е директната връзка към възприятията на зрителите. От взаимодействието между тези четири белега се проявява телевизионната специфика.

ТЕЛЕВИЗИОННИ ЖАНРОВЕ

За да бъде разбрана още по-добре спецификата на телевизията ще бъде приета жанровата категоризация на Рудолф Борецки. Той разпределя телевизионните жанрове в следните три групи: „Групата на информационно – публицистичните жанрове, групата на документално – художествените и групата на художествените жанрове. Първата група обединява традиционните журналистически жанрове като новината, репортажа, коментара и т.н. При документално – художествените жанрове влизат типичната за телевизията документална драма, документалният очерк, документалните игрални предавания. В художествените жанрове си дават срещи телевизионните модификации на различните изкуства, сред които се отделят телевизионния театър и телевизионния филм.”⁴. За да бъде картината по-пълна, телевизионните жанрове като цяло могат да бъдат разделени на две категории и по-друг признак – силно и слабо

персонифицирани. Основание за това разделение ни дава фактът, че в журналистическите жанрове, благодарение на визията, трайно значение придобива личността на журналиста.

ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ ПРОФЕСИИ В ТЕЛЕВИЗИЯТА

В практиката на телевизията много често теоретичните класификации на журналистическите професии се променят „в движение”. Тясната специализация в една или друга професионална област може да е продиктувана от възможностите и интересите на дадена личност и да я превърне наистина в уникален журналист за своята област, но има случаи, в които тази тясна ориентация може да се окаже спънка в развитието на професионалиста. Най-широко застъпени в телевизията са професиите на репортера, телевизионния водещ („а компере” – водещ и ”an anchorman” – главен водещ”), коментатора, интервюиращия.

ФУНКЦИИ НА ТЕЛЕВИЗИЯТА КАТО МЕДИЯ

Представянето на функциите, които телевизията като медия трябва да изпълнява, се разглеждат в контекста на анализа, направен на ролята на радиото, която то има за обществото. Многообразните задачи, които телевизията изпълнява, са групирани в три важни области: *информационни, осигуряващи социалното управление на обществото и културно-образователни.*

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

РАЗВИТИЕ НА ИНТЕРНЕТ КАТО МЕДИЯ

Радиото и телевизията още от самото начало са били замислени и са започнали своето съществуване като средства за масова комуникация. Интернет също е бил проектиран като медия за пренос на информация, но за строго определен кръг от потребители. Постепенно, с навлизането на технологиите и разширяването на неговите функции, той заема своето място и като средство за масова комуникация. Това е само едно от многообразните му проявления, което представлява интерес за настоящата разработка.

„Създаването и развитието на интернет през последните три десетилетия на 20. век е уникална смесица от военна стратегия, сътрудничество от страна на „голямата наука”, технологичната предприемчивост и контракултурните нововъведения”, отбелязва Мануел Кастълс в книгата си „Възходът на мрежовото общество”.⁵

Изобретението, което напълно променя новата медия е направено от група учени начело с Тим Бърнърс Лий и Робер Кайо. Те създават т.нар. „световна паяжина” –

техническо приложение, организиращо съдържанието на сайтовете според информацията, а не според местоположението им. Този технологичен скок известен като уърлд уайд уеб – www, прави интернет достъпен за огромната част от обществото.

РЕЧНИК НА ТЕРМИНИТЕ В ИНТЕРНЕТ

Като всяка медия и интернет има свой специфичен език, който непрекъснато се развива и динамично дообогатява. Тъй като в тази глава се говори за спецификата на медията и за да може с по-голяма лекота да се възприема информацията за нея, се разглеждат най-характерните и най-често използвани термини.

ОСНОВНИ ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ ФОРМИ

За да бъде разбрана спецификата на интернет журналистиката първо се изяснява същността на две интернет форми, чрез които тя се проявява най-често: сайтовете и блоговете. Какво представляват сами по себе си и как се използват за целите на журналистиката е първият етап, а вторият е очертаването на специфичните им черти, благодарение на които тя се отличава от печатната, от чиито характеристики е възникнала най-много.

Кога и как се появява блогът?

За годината на неговото появяване спорове няма. Тя е 1994-та. Разногласията, обаче, са около личността, създала блога. Според едни това е студентът Джъстин Хол (Justin Hall), който пръв започнал да води дневник в интернет, а според други, е дело на известния програмист Дейв Уайнър (Dave Winer), тъй като неговият онлайн дневник Scripting News е първият, придобил широка известност сред потребителите на интернет. Относно раждането на термина всички са единодушни. Той е дело на Джорн Бъргър (Jorn Barger), създател и редактор на интернет дневника Robot Wisdom. Той за първи път използвал думата weblog, образувана от думите: logging the web (може да се преведе като „водя дневник в мрежата”) и глаголът се превърнал в съществително.

За по-лесното възприемане на информацията, поднасяна в блоговете, е направен речник на най-често използваните термини в тях.

Харесвани или не, приемани или не, блоговете дават началото на нов вид журналистика – гражданската, „ние журналистика”, която е обект на това изследване.

СПЕЦИФИКИ НА ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКАТА

Онлайн журналистика включва в различна степен основните характеристики на мрежовата компютърна среда, в която се развиват: *хипертекст, мултимедия и интерактивност.*

Хипертекст

Характерното за хипертекста е, че той се отнася за електронните форми на текста и е възможен благодарение на новите информационни технологии. Типичното за него е, че отделните му части – текст, изображение, звук могат да съдържат връзка към друга информация. Тази връзка се нарича хиперлинк. Езикът HTML позволява да се правят тези препратки към други страници, към части от същата страница, към файлове, картинки, електронна поща. Хипертекстът е отличителна особеност на нелинейното писане.

Мултимедия

Мултимедията (от лат. *multum* - много и *media* - средства) представлява съвкупност от програмни и апаратни средства, информационни технологии, и творчески идеи за представяне на информацията във вид на еднородна среда, включваща в себе си текст, графика, звук, видео и интерактивност, която представя богати възможности за визуализиране на голяма по обем информация, използваща хипервръзки. Комбинацията между видео изображение, музика, текст, говор и анимация обогатяват възможностите за възприемане на информацията и човек може с по-малко усилия да възприеме по-голям обем от знания. Създаването на мултимедийни приложения се постига с помощта на специализирани софтуерни продукти и технически средства.⁶

Интерактивност

Интерактивността е двупосочен комуникационен процес, характерен за интернет сайтовете. Интерактивните елементи и обратната връзка са най-важните негови характеристики. Използването на интерактивността на сайта е най-високото ниво – тоест общуването чрез сайта. За това десетилетие е постигнато много и именно тази интерактивност е може би най-важната характеристика на медията не само от гледна точка на потребителите, а и по отношение на съдържанието.

ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ ЖАНРОВЕ

По начина на поднасяне на съдържанието си, онлайн журналистиката е много по-близо до печатната, отколкото до електронната журналистика. Въпреки че заема отделни елементи и от радиото, и от телевизията – звук и картина, самият факт, че основната информация се чете, а не слуша или гледа, отправя разсъжденията ни в посока на журналистиката на вестниците и списанията. Разбира се, новият – четвърти вид създава своя амалгама от трите, но основният признак е писаното слово.

Новината

Първоначално онлайн журналистиката просто преразказва новините на някоя от другите медии. Следва етапът на създаване на оригинални новинарски текстове към които са прикрепени хипер връзки, даващи възможности за незабавен достъп до други уебсайтове и търсачки, набавящи още информация по темата. Появяват се и така наречените „You News” – новините, които са интересни само на потребителя и той си ги подбира от огромния информационен поток.

При разглеждането на новините в интернет, трябва да се наблегне на една много важна характеристика за тях - скоростта, с която те се появяват и превъзхождат в това отношение радиото и телевизията.

Големи предимства при представяне на новини и информация онлайн дават анимациите и флашът (flash).

Анкета, репортаж, интервю

Анкетата, репортажът и интервюто са сред най-често срещаните жанрове в онлайн журналистиката, но не винаги се използват пълноценно техните дадености.

Жанровата бедност на четвъртия вид журналистика се дължи не на липсата на възможности на медията, а на непознаването на жанровете, от една страна, и от друга на факта, че повечето журналисти които се изявяват онлайн са непрофесионалисти, които не могат да наситят формата със съдържание.

ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ ПРОФЕСИИ

Разглеждането на журналистическите професии в първите две електронни медии – радиото и телевизията бе относително лек процес, защото при тях все още могат да се сложат граници между една или друга професия, докато в най-новата медия нещата се усложняват от няколко фактора. Първо, както бе подчертано, не всяка онлайн журналистика се прави от професионалисти, второ, новите технологии създават възможност една личност да проявява качества на репортер, коментатор и на кореспондент едновременно и трето все още има спорове да си блогър професия ли е или занимание за свободното време.

Факт е обаче, че професионални журналисти или не, блогърите са личности, които имат възможността да се изразяват свободно и нестандартно, да провокират потребителите, да формират мнения и да карат големите медийни магнати да променят политиката на своите медии.

ФУНКЦИИ НА ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКАТА

Определящата функция на интернет като медия и на онлайн журналистиката е *информационната*. Със своите неограничени възможности интернет превъзхожда в пъти радиото и телевизията. Тук обаче стои въпросът за достоверността на информацията. Възможността всеки да публикува по всякакъв въпрос, поставя под съмнение истинността на източниците.

Интегриращата функция на пръв поглед е несъвместима с природата на интернет. Аудиторията е разпръсната и непостоянна. Използването на медията е асинхронно. Въпреки това, благодарение на технологичните възможности, потребителите могат да комуникират и обсъждат дадена тема чрез чатове, сайтове или форуми, което ги прави съпричастни към една или друга тема, или кауза.

Формирането на обществено мнение е другата силна страна на интернет. Със своята свобода на предоставяне на информация и възможността всеки да изкаже нерегламентирано мнението си, тя надминава другите две и има изключително силно влияние сред младото поколение.

ГЛАВА ПЕТА

ОРГАНИЗАЦИОННИ И ПРОФЕСИОНАЛНИ МОДЕЛИ

В своето развитие управлението и контролирането на радиото и телевизията са преминали през различни етапи, които в крайна сметка стигат до три основни типа организации за разпръскване на програми. В отделните страни те съществуват в различни модификации, съобразени със спецификата и развитието на медиите в съответната страна. Тези три модела могат да бъдат дефинирани по следния начин: *свободен (permissive)*, *на обществената отговорност или покровителствен (paternalistic)* и *авторитарен (authoritarian)*.

Характеристиката на съответния модел се определя на базата на организацията за разпространение на медийните продукти и начина, по който правителствата ги контролират. В пряка връзка с модела на организацията е и нейното регулиране. Регулаторните органи могат да бъдат: административно-държавни, общественно-държавни или чисто обществени.

В дисертационния труд подробно са проследени етапите на развитие на всеки един модел като се взема най-яркият представител на всеки от тях: за модела на свободния пазар – САЩ, за модела на обществената отговорност – Великобритания и

за авторитарния – България, като страна от бившия социалистически лагер, където той съществуваше в чист вид. Специално внимание е обърнато и на най-новата медия – интернет и към кой от моделите може да бъде причислен и на какви механизми за регулация се подчинява.

ГЛАВА ШЕСТА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

Медийната грамотност не трябва да се бърка с грамотността, която свързваме с уменията ни да пишем и четем.

Медийната грамотност е създаването на навик в аудиторията за задаване на въпроси, свързани с огромния медиен поток. Този навик трябва да бъде формиран както в най-малките, така и в най-възрастните ползватели на медийни продукти. И той се изразява в способността ни да прилагаме критично мислене към всички медии – от музикалните видеоклипове, през билбордовете, които ни заобикалят и се стигне до различните уеб продукти. В съвременния глобализиран и комерсиализиран свят, при срещата с какъвто и да е носител на информация всеки човек трябва да може да си задава въпроси, свързани с авторството и притежанието на медийни продукт, с интересите, които стоят зад него, с посланията, които му се отправят и тяхната стойност.

Според английската изследователка Соня Ливингстоун (Sonia Livingstone) моделът от четири компонента: достъп, анализ, оценяване и създаване, има предимството да бъде еднакво приложим в печата, радиото, телевизията и интернет.

За да бъде разбрана правилно медийната грамотност трябва да се прави и разграничение между медийна наука, медийно обучение/образование и медийна грамотност.

ГЛАВА СЕДМА ДИГИТАЛНО РАЗВИТИЕ НА ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ

В края на 20. и началото на 21. век радиото и телевизията се изправят пред голям въпрос – дали ще продължат да съществуват във вида, в който досега са били или ще трябва бързо да търсят изход от предизвикателствата, които интернет им поставя? Очевидно е, че те имат още потенциал и поле за развитие, но как да отговорят на промените в аудиторията и нейните потребности? Най-перспективната засега посока, която могат да поемат, е да бъдат изцяло цифровизирани. От 1998 г. насам

цифровизацията на телевизията се провежда в много от страните на Европейския съюз, а крайният срок за изключване на аналоговия сигнал е 2012 г. Процесът е необратим, макар и в някои страни да се осъществява по-бавно (със срок до 2015 г.)

Дигитализацията на радиото и телевизията се налага по няколко основни причини. Първо, благодарение на нея в националния ефир ще се излъчват много повече програми, което ще създава сериозна конкуренция, а зрителите ще получават разнообразни гледни точки към живота около тях. От друга страна ще се разреши проблемът с честотния ресурс. След дигитализацията на радиото и телевизията всеки, който има достатъчно пари, ще може да създава свой собствен канал. Високото качество на картината и допълнителните интерактивни услуги също са важна придобивка за зрителите. Създаването на мултиплекси ще „развърже” и ръцете на обществените радио и телевизии, които ще прехвърлят не особено рейтинговите си, но изпълняващи важни обществени функции предавания в допълнителните канали, а основните ще наситят с конкурентно способни програми.

КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ДИГИТАЛНАТА ТЕЛЕВИЗИЯ?

Основната разлика между дигиталната и аналоговата телевизия се състои в начина, по който се пренасят сигналите. При аналоговата се използват аналогови сигнали за предаване на образ и звук, а при дигиталната те се предават в цифров вид, което има значително много предимства. Първото от тях е, че сигналът е по-устойчив и при преноса му е трудно да се промъкнат външни смущения, тъй като в цифровата телевизия той обикновено се кодира по метода на MPEG-2 или MPEG-4 компресиите, които са много ефективни и осигуряват високо качество. По този начин зрителят получава изображението и звукът в почти същия вид, в който те се излъчват.

Друго важно предимство е компресията на данни, която намалява обема им без загуба на качеството на излъчвания видеосигнал. По този начин в една честотна лента могат да се „съберат” сигналите на няколко различни телевизионни станции. Процесът се нарича мултиплексиране, а броят на сигналите излъчвани по този начин е различен за различните телевизии.

Основно преимущество е и възможността за предаване на допълнителна информация заедно с телевизионния сигнал.

РАЗВИТИЕ НА ПРОЦЕСА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯ

В началото на осемдесетте години на миналия век в Япония, а малко по-късно и в САЩ се поставя началото на разработки на опитващия се да се наложи по това време HDTV (High-definition television) стандарт. Европейските телевизионни оператори не

закъсняват и през 1991 г. започват дискусии за създаването на паневропейска платформа за развитие на наземна дигитална телевизия. Така до края на годината се създава European Launching Group (ELG), която включва най-големите европейски телевизионни оператори (частни и обществени), производители на електроника и регулаторни органи, които в крайна сметка достигат до подписването на MoU (Memorandum of Understanding), установяващ правилата, с които участниците ще се съобразяват в по-нататъшното развитие на технологията.⁷

Развитието на дигиталната телевизия е проследено през различните етапи, които тя преминава от началото до наши дни.

ВИДОВЕ ДИГИТАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ

Както при аналоговата, така и при дигиталната телевизия в различните държави по света са приети различни стандарти. При аналоговата те са системите NTSC, PAL и SECAM, а трите най-разпространени и използвани стандарти при дигиталната телевизия са: DVB (Digital Video Broadcasting) – в Европа, Австралия и части от Азия, Южна Америка и Африка; ATSC (Advanced Television Systems Committee) – Северна Америка (САЩ и Канада), Южна Корея и части от Централна Америка; ISDB (Integrated Services Digital Broadcasting) – Япония и Бразилия.

Какво представляват IPTV и уеб телевизията?

Приликата между интернет телевизията и IPTV е, че и двете се предават посредством IP протокол и по тази причина много често се бъркат. IPTV (*Internet protocol television*) предлага гарантирано качество на предоставяното мултимедийно съдържание (видео, аудио, данни и/или интерактивни приложения) на крайния потребител чрез платформа, базирана на интернет протокол. Чрез IPTV могат да бъдат предоставяни програмите на масовата телевизия, услугата гледане срещу заплащане (Pay-per-view), гледане до поискване (Content On Demand) и програма съобразена с желанията на клиента (Interactive TV). Най-важното при IPTV телевизията е, че връзката е двупосочна и по този начин зрителят става директен участник в комуникацията.

Съществена разлика между двата вида телевизии се състои и във факта, че докато уеб телевизията използва световната мрежа, IP телевизията се базира на собствена мрежа, поддържана от оператор. Чрез нея той може да осъществява контрол както на качеството, така и на съдържанието, докато при интернет телевизията това на практика е невъзможно. Важна отлика на двата типа телевизии е и че програмата

предавана по уеб телевизията се приема на персоналния компютър, докато другата може да се гледа и чрез телевизионния приемник.

Какво е мобилна телевизия?

Мобилната телевизия е услуга, доставяна на потребителите чрез мобилните телекомуникационни мрежи, т.е. чрез операторите на мобилни услуги. Тя дава възможност на потребителите да гледат телевизия навсякъде и докато са в движение на мобилния си телефон чрез специално устройство, вградено в него и така потребителят комбинира услугите за мобилен телефон с телевизионно съдържание специално адаптирано за мобилния апарат. В Европа и по-точно в Германия ефирната мобилна телевизия става факт през пролетта на 2006 година.

ДИГИТАЛНО РАЗВИТИЕ НА РАДИОТО

Въпреки прогнозите, че радиото ще загине в дигиталната епоха, то показва изключителна жизнестойчивост и гъвкавост в битката си за оцеляване. Макар че много по-малко се говори за дигитализацията му в сравнение с телевизията, радиото провежда своите опити и постепенно преминава на цифрова основа. Основните цифрови формати, които трябва да заменят познатите ни AM и FM са DAB/DAB+ и DRM.

Digital Audio Broadcasting (DAB) е дигитална радио-технология за излъчване на радиопрограми, която се използва в няколко страни, особено в Европа. През 1980 са започнати разработките на този проект, а 15 години по-късно Би Би Си стартира първата DAB радиoproграма. Тази технология дава възможност да се разпространяват повече програми в сравнение с аналоговото FM радио.

DRM е универсална, стандартизирана система за дигитално радиоразпръскване и излъчване на всички честоти до 174 MHz, включително LW, MW, SW (дълги, средни и къси вълни). За разлика от предхождащите я DAB/DAB+ формати, DRM е по-екологична, по-рентабилна и най-важното с много по-добро качество на излъчването на аудио съдържанието.

КАК СЪДЪРЖАНИЕТО ЩЕ ДОГОНИ КОЛИЧЕСТВОТО?

Един от най-важните въпроси, който стои след цялостната дигитализация на телевизионния и радио сигнал, е с какво съдържание ще се изпълват новите мултиплекси? За производството му е нужен голям ресурс от творчески хора, техника и пари. И ако последните две са въпрос на намиране и закупуване, то измислянето и създаването на разнообразни програмите не е толкова лесно. Единият от възможните пътища за насищане с продукцията на мултиплексите е да има цели канали с авторски

предавания създадени от самите зрители, който в известна степен ще доближи двете по-стари електронни медии до интернет. Този модел е напълно приложим за комерсиалните медии, проблемът е обаче с обществените, където малко или много контрол има. При тях изходът е в създаването и поддържането на един или два канала с предавания с обществено - значима програма, производство на самата медия и останалите канали да бъдат с по-комерсиална насоченост и тематика, определена от самата медия.

ИЗВОДИ

Процесите на зараждане, утвърждаване и развитие от първата електронна медия – радиото до последната – интернет, обхващат период от почти век. За това сравнително кратко от историческа гледна точка време те са следвали естествените процеси в обществото, които са катализирани тяхната поява. Всяка една от трите медии се е налагала като средство за масова комуникация вследствие на икономическа, социална и политическа необходимост, които от своя страна са осигурявали стабилна основа за технологичното изобретяване на средството и неговото приемане от аудиторията. Тази логичност на процесите се наблюдава до началото на 21. век, когато технологиите изпреварват многократно развитието на обществените потребности и започват мощно да ги диктуват и формират. Новите форми винаги са оказвали влияние върху обществото и са променяли неговите ценности и нагласи, но до този момент темповете, с които това е ставало са били по-съизмерими от човешка гледна точка.

Един от основните изводи, които се очертават е, че излизането на все по-модерни технологии кара традиционните медии да се задъхват в старите си форми. Това отесняване на досегашните рамки е повод за нов, качествено различен път на развитие. Ако досега появата на нови технологии е предизвиквала положителни за медиите процеси, то в момента разминаването между средство и съдържание е толкова голямо, че има опасност да се получи ефектът на празната мидена черупка – красива отвън и празна отвътре. От друга страна силният технологичен бум налага и на обществото нови потребности, които е спорно дали са положителни или отрицателни.

Вторият извод е свързан със съдържанието. Съвременните технологии ще изправят все повече и повече медийните компании пред въпроса как да създават, управляват и доставят съответстващо на нововъзникващите форми съдържание. На преден план излиза и друг въпрос – имат ли потребителите физическата възможност и

психологическа необходимост да обработват толкова голямо количество информация? От другата страна стои и още един проблем - събитията, процесите, подлежащи на отразяване от медиите не възникват със скоростта, с която могат да бъдат показани.

Трето, при най-новата медия – интернет се наблюдава друг процес. Първоначално средство и съдържание се развиват почти едновременно. Всяка нова възможност на медията се използва и усвоява от нейните потребители веднага. Доказателство за това са милиардите блогове, сайтове, настаняването на старите медии в по-новата и избуяването на нов вид журналистика – „ние журналистиката”. След първоначалната еуфория от „проговарянето” на милиони, по силата на естественото регулиране на процесите започва да настъпва успокоение, което ще остави на медийната сфера само онези онлайн журналистически продукти, които се търсят най-много.

Четвърто. Въпреки че появата на „ние журналистиката” в интернет постави под въпрос съществуването на журналистиката като цяло – печатната и електронната, смятам че това ще е преходен етап, през който експериментално преминава журналистиката и новата няма да елиминира традиционната. „Ние журналистиката” изигра и още една важна роля – тя извади от кулата от слонова кост поовехтялата журналистика и я провокира да се развива, да търси и използва стабилните основи, които е заложила в нагласите на своята аудитория.

На пето място историческият преглед на новите медии недвусмислено показва, че те не само не се елиминират една друга, а могат да съществуват заедно и да задоволяват изискванията на потребителите си, стига да бъдат достатъчно гъвкави спрямо променящата се медийна обстановка. Това заключение дава основание да се смята, че традиционните електронни медии - телевизия и радио ще продължат да съществуват като използват възможностите, които дигитализацията им предоставя.

Технологиите са изпреварили в развитието си медиите и потребностите на потребителите си и за да тръгнат едновременно да се развиват трябва да ги поизчакат, което на този етап изглежда невъзможно, но трябва да бъде осъзнато. Колкото и силно катализиращи да са процесите, които те произвеждат върху средствата за масова комуникация и професионалистите, работещи в тях, технологичният бум не може да доведе до толкова силна стимулация на интелектуалния потенциал на хората, така че те да достигнат бързото технологичното развитие. Заплахата пропастта между тях да се увеличава все повече и повече остава.

Смисълът и посоката на развитие на бъдещите медии е общественото, икономическото и технологичното развитие да вървят почти успоредно и двигателят на процесите не приоритетно да са технологиите, а човешкият елемент, обществото, така както е било досега.

Бележки

¹ Михайлов, Владимир. Открита ли е телевизията? С.: ROI communication, 2003. с. 47

² Шереля, А. Радиожурналистика. М.: Московского университета, 2005. с. 186

³ Михайлов, Владимир. Цит.съч. с. 60

⁴ Пак там. с. 148

⁵ Кастелс, Мануел. Възходът на мрежовото общество. С.: ЛИК, 2004. с. 56

⁶ <http://www.kakvo.org/osnovni-ponyatiya-i-istoriya-na-multimediyata/multimediya/statia>, 09.09.10

⁷ http://www.dvb.org/about_dvb/history/index.xml, 06.10.2010

Справка за приносите на дисертационния труд

1. Дисертационният труд е научно-изследователско проучване на електронните медии – радио, телевизия и интернет.
2. Дисертацията представя в систематизиран вид историята, спецификата и развитието на електронните медии. Разглеждането им в тази рамка дава възможност за задълбочено проследяване на процесите, които протичат от първата до последната електронна медия и върху това се базират прогнозите за бъдещото развитие на трите медии.
3. Разглеждането на медийната грамотност едновременно като изискване към медиите от страна на ЕС и като обучителен процес е оригинален принос в българското медиязнание и идва навреме, за да отговори на реалната научна и обществена необходимост от нея.
4. Детайлното проследяване на развитието на онлайн журналистиката и съпоставката ѝ с предхождащите ѝ видове електронна журналистика формира научна основа, върху която се набелязват основните творчески и технически посоки на развитие на най-новият вид журналистика и се очертават пътищата на нейното развитие.
5. С този труд се изгражда началото на визия за дигиталното бъдеще на медиите и се полагат научни основи за по-нататъшни изследвания по темата.

Публикации по темата на дисертацията

1. *Филопова*, Ралица. Децата като слушатели, зрители и потребители. Годишник на департамент „Масови комуникации”, НБУ, 2007
2. *Филопова*, Ралица. Изобретенията, които промениха света на медиите. Годишник на департамент „Масови комуникации”, НБУ, 2008
3. *Филопова*, Ралица. Организационни и професионални модели. Годишник на департамент „Масови комуникации”, НБУ, 2009
4. *Филопова*, Ралица. Развитие на радиото като медия. Годишник на департамент „Масови комуникации”, НБУ, 2010