

---

# ПРОГЛАД

---

Издание на Филологическия факултет  
при Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“

---

кн. 2, 2012 (год. XXI), ISSN 0861-7902

## ***В ЕПОХАТА НА „ОБЛАЧНИТЕ“ ТЕХНОЛОГИИ IN THE AGE OF „CLOUD“ TECHNOLOGY***

***Илиана Павлова.*** Да споделяш в облаците (Новите медии и журналистиката), Велико Търново: Фабер, 2012, 192 с.

На български език излезе книга, която възвести нова епоха – епохата на „облачните“ технологии. Метафората в заглавието е хрумване, което предизвиква читателя трескаво да търси обяснение в редовете от книгата.

„Да споделяш в облаците. Новите медии и журналистиката“ на Илиана Павлова своевременно отговаря на нуждата от задълбочен анализ на промените, които настъпват в журналистическата професия вследствие на развитието на новите технологии. Авторката тръгва от метафората на Джон Дърам Питърс – „да говориш на вятъра“ (израз на ап. Павел от Първото му послание до Коринтяните), с която се означава епохата на електронните масмедии – епохата на манипулативните практики и властовото поведение на журналистите в общуване от типа „от-един-към-много“. Новата епоха на интернет и цифровите и мобилните средства за комуникация Илиана Павлова означава с друга сполучлива метафора – „да споделяш в облаците“ (използвайки графичното обозначение на интернет). Зад тази метафора се крие нов тип медийна комуникация (хората са не само потребители, но и създатели на медийно съдържание), формирана от новата култура на участието (Х. Дженкинс), чиито особености са формирането на нови културни практики, нови социални конфигурации, икономически модели, политически дебати. Новите

медии водят до промени в журналистиката (журналистическото знание е общодостъпно, а новите медии свързват хората директно) и в ролята на журналиста (равноправен участник в комуникацията). В книгата успешно се очертават парадигмите на промяната – персонализацията на медийното съдържание (чрез имейл бюлетини, чрез мобилни издания, чрез есемес известяване, чрез джаджи и др.), масово архивиране на ежедневието, пренос на частното в публичното пространство, невъзможната „интернет забрава” и новата кризисна интернет идентичност, добавената реалност и добавената виртуалност, журналистиката без журналисти (аудиторията става и производител на медийно съдържание – чрез блогове, социални мрежи, подкастове, уикита, интернет форуми), нова медийна среда („хибридна медийна екология”, „култура на конвергенцията”, „култура на ремикса” и др.), „журналистика на данните” (структурна журналистика) и „журналистика, движена от базите данни” (компютърна журналистика), нов информационен филтър – от доверие в новинарските организации към доверие в отделните хора, „отворената журналистика” и проблемите с авторското право, уикилийкс журналистиката – „глобалния редакционен съвет” (сътрудничеството с традиционните медии, всяка от които предлага само част от пъзела на истината), литературният журнализъм.

Промените в журналистиката и в ролята на журналиста водят до поставяне на сериозни проблеми пред професионалното образование по журналистика. Обсъждането на тези проблеми е сериозният принос на изследването. В бележка под линия авторката подчертава, че професионалните журналисти са носталгичен отглас от отминалата ера на масмедията във времето на новите медии, когато потребителят е създател на медийно съдържание. Затова новият тип журналистика-като-разговор е „итеративна журналистика”, в която потребителите дописват журналистическия материал. Съвсем естествено е тогава всички специалности да се нуждаят от изучаване на медия комуникацията. Промените, настъпили в ерата на новите технологии, поставят нови предизвикателства пред журналистите, изискват нов тип компетентности – анализиране на данни, уеб програмиране, статистика, дизайн, социално управление и... добра преценка, – които университетското образование би следвало да пред-

види. Изискват се нови специализации – програмист журналист, контент куратор (помага в събирането на най-стойностното и най-важното съдържание по дадена тема) и др. Новата роля на журналиста е и да организира общностите като човек, спечелил доверието им, и да гради разказа си, като използва информация „направо от устата на хората”, които се превръщат в негови репортери.

Заниманията ми с въпроса за границите между литература и журналистика ми дават основание да оценя високо последната глава в книгата, която припомня принципите на Новия журнализъм като доминираща журналистическа практика в кризисни, преломни моменти. Едно ново явление – новият „Нов журнализъм” (Р. Бойнтън) – е литературата на ежедневието и тя все по-често се прави в интернет от нежурналисти, които изменят формите на разказването. Книгата на Илиана Павлова обявява края на епохата на масовата комуникация и оповестява, че законите на тази епоха, приемани досега като закони на медиите, са невалидни. Започнала е нова фаза от развитието на комуникациите.

Илиана Павлова ни предлага едно обобщение на процеси в новите медии, които текат и в момента. Липсата на дистанция с изследвания обект във времето крие рискове за изследвателя, но Илиана Павлова има и практически опит в медиите, и преподавателски опит в журналистиката. Ето защо въпросите, които поставя новата медийна среда, силно интересуват авторката и тя търси пътищата за адаптиране на журналистическата професия в силно променената, „пренаредената” сфера на масовата комуникация.

*Андреана Ефтимова*