

Научно електронно списание за медии, PR, журналистика, бизнес комуникация и реклама

[български](#) | [english](#)

[Нов брой](#) [Редколегия](#) [Автори](#) [Партньори](#) [Връзки](#) [За контакти & Въпроси](#) [Архив](#)

Брой 30/ Януари 2017 г.

06 Януари 2017 г., Петък

Търсене

- [Образование](#)
- [Общество](#)
- [Култура](#)
- [Медии](#)
- [История](#)
- [PR](#)
- [Журналистика](#)
- [Бизнес комуникации](#)
- [Реклама](#)
- [Отзиви](#)
- [Практикум](#)

## [Журналистика](#)

[Начало](#) » [Журналистика](#)

### **Малко здравословен скептицизъм**

Брой 30 / Януари 2017 г.

Медии и обществени комуникации

[Проф. Владимир Михайлов, доктор на изкуствознанието](#)

**Резюме:**

**Summary:**

За едни хора познатото медийно и комуникационно време вече е отминало, за други отминава, за трети сега настъпва изцяло ново. Става дума за живи хора, за няколкото поколения, които в момента живеят заедно на нашата грешна земя. Живеят заедно, но като че ли не се познават в своето медийно и комуникационно битие.

За най-старото, Гутенбергово поколение, нещата са най-ясни. То тъгува за своето минало, отвреме навреме спира часовниците въщи като Маршалката от „Кавалерът на розата” на Рихард Щраус и Хуго фон Хофманстал, за да не усеща изтичането му, но всеуе... Все повече не се чете, а книгите и вестниците лека полека потъват в забрава.

За поколението от „Цивилизацията на образите“ нещата станаха по-сложни. Тук не просто образите замениха писаното слово, а под въздействието на най-мощната медия от този период – телевизията – зрителите станаха така наречените „телевизирани зрители“. Те започнаха всичко да виждат и осмислят през призмата на динамичния си стереотип, който са изградили под въздействие на многочасовото стоене пред малкия екран. Този стереотип се оказа стереотипът на масовата култура.

За най-новото, актуалното поколение от „Дигиталната цивилизация“, ситуацията е катастрофално различна. Това поколение се гнуса да посегне към книгите и вестниците, не гледа телевизия. За него, образно казано, всичко е съсредоточено във Фейсбук. Забележете, че представителите му дори по улиците се движат със смартфоните си в ръка, за да не би да изпуснат някоя постъпка на себеподобните си.

Медийната и комуникационна картина, която очертах, е световна картина, не е само българска. Тя сочи едно естествено развитие, което не би трябвало да предизвиква нито почуда, нито негативни реакции. Многократно в човешката история е имало подобни турбуленции, които са помитали дадени постижения в общуването между хората за сметка на нововъзникнали начини за контакти. Никога досега, обаче, промените не са ставали така стремглаво бързо. И никога не са се застъпвали едновременно три коренно различни поколения в тяхното медийно и комуникационно съществуване.

Двата проблема – на бързината и на трите поколения – явно изискват нещо повече от констатирането и описването им от съвременните изследователи на медийните и комуникационни процеси. Аналитичното вникване вътре в същността на промените сигурно може да изведе на преден план както положителни, така и негативни тенденции. Едва ли би трябвало да се гледа с лека ръка на някои от негативните тенденции под предлог, че те са временно явление, плод на преходното време. Ами ако не се окажат временно явление? Кой и как ще върне топката назад?

Доколкото пиша тази критическа бележка по повод на българската медийна и комуникационна действителност, нормално е да обърна внимание на българските медийни и комуникационни изследователи, които се занимават с проблема на съвременната ни дигитална реалност. Те не са малко. Тези, които са стигнали до мене и съм прочел като книги са: Пламен Павлов („Online журналистика“, 2010), Иван Михалев („Вестникът в епохата на интернет“, 2011), Мария Попова („Виртуалният човек“, 2012 и „Журналистическата теория“, 2012), Валери Маринов („Мултимедийният нюзрум в България. Модели и тенденции на развитие.“, 2012), Грета Дерменджиева („Онлайн журналистика. Медиите в дигиталния свят“, 2012), Илиана Павлова („Да споделяш в

облаците”, 2012 и „Професия журналист: 21 век”, 2016). Има още няколко сборника и отделни студии. Всички, ама абсолютно всички автори, пишат само с възторг за дигиталната епоха в медиите и конкретно в журналистиката, като на проблемите, необяснимо за мене, е погледнато в повечето случаи от технократска гледна точка. Толкова искрящо светло настояще и бъдеще е очертано, че чак човек да не повярва на очите си. То и по слънцето има петна, но тук – не. Интересно, защо никой не се е замислил, дали пък някои петънца, някои пробойни в общуването няма да ни изненадат в бъдеще с не дотам приятни последици за човешкото духовно развитие? Или защо никой не е потърсил да вникне в творческата връзка между журналистиката и новите дигитални технологии? Симбиозата между творчество и наука ражда истинските постижения. Справка – Леонардо да Винчи.

Струва ми се, че споделянето на малко здравословен скептицизъм в българското опиянение от дигиталните промени няма да ни дойде в повече. В интерес на истината има спорадично подобен скептицизъм, включително от пишещия тези редове. Срещнах наскоро сходен скептицизъм и по отношение на книгоиздаването при Алберт Бенбасат („Книгоиздаването, четенето и новият дигитален морал”, 2016). При всички случаи скептичните предупреждения за бъдеща опасност отнасят в момента присмех, обвинения в старомодност, изключване на „мърморещите” от дневния дигитален ред на живота. Трезвите гласове никога не са били обичани от възторжените почитатели на новото, но и опиянението, дори то да е дигитално, а не алкохолно, едва ли може да бъде най-добрия съветник при пътуването по магистралата към бъдещото (а в голяма степен и настоящо) мрежово общество. Между другото, социалните мрежи и социалните медии май вече се сляха, преди още да сме ги формулирали както трябва... А професионалната журналистика направо изчезва...

Ами какво да кажем за прословутото семейство „Мама, татко, телевизорът и аз” от епохата на „Цивилизацията на образите”, епохата на тоталната телевизионна доминанта в заобикалящата ни медийна действителност? Това семейство, незабелязано и проспано от училищното образование, доведе до духовното падение на голяма част от човешките цивилизационни среди под въздействие на масовата култура. Падение в световни мащаби, признато от всички.

Учудвам се, че сега по същия начин не се забелязва новото семейство „Мама, татко, Фейсбук и аз”! Тук включвам и училището. Появиха се наистина гласове, че невъзможността учениците да осмислят даден, макар и кратък, текст, се дължи на общуването основно във Фейсбук. Естествено, че не можем да забраним социалната

мрежа, но можем да я изследваме задълбочено като медийно и комуникационно явление, нали? Можем, но поне в България не го правим.

Така че, нека да хлипаме от възторг пред дигиталната действителност в медиите и комуникацията. Тя заслужава това. Но нека не забравяме и здравословния скептицизъм.

Той също заслужава да му обърнем внимание.

**Цитат-формат (Suggested Bibliographic Citation):**

Михайлов, Владимир. Малко здравословен скептицизъм. Изд. УНСС; Алма комуникация. 2017, №30. Available from: [[www.media-journal.info](http://www.media-journal.info)]

дата на публикуване: 05.01.2017, Четвъртък, 08:13