

МОБИЛНАТА ЖУРНАЛИСТИКА И КОНЦЕПЦИЯТА ЗА „НОВ КУРС“ В ЖУРНАЛИСТИКАТА

ВАЛЕРИ МАРИНОВ

Българска национална телевизия
valery_marinov@abv.bg

Valery Marinov. MOBILE JOURNALISM AND THE CONCEPT OF A “NEW DEAL” IN JOURNALISM

Abstract: The concept of a “New Deal” in journalism” takes its cue from President Roosevelt’s “New Deal” for America’s economic recovery and offers a new vision for how journalism can meet the challenges of the 21st century. The basic idea is to forge a new relationship between the state and society – on the one hand and independent quality journalism on the other – so that the fourth estate can live up to its mission and functions.

Mobile journalism is one of the most dynamic sectors of journalism, at the intersection of audiovisual and digital media. This report examines the place of this type of journalism in the emerging new global framework for media development that is the vision of a “New Deal” for journalism”.

Keywords: mobile journalism, public service media, democracy, “New Deal for journalism”, digital transformation.

Увод

Мобилната журналистика е един от най-динамично развиващите сектори в медиите. Тя се разполага в пресечната точка на цифровите медии и аудиовизията. Съчетаваща в себе си прогресивните технологии в телекомуникациите и в аудиовизуалните изкуства, мобилната журналистика променя производствените процеси и бизнес моделите в медиите и в традиционната телевизия в частност. Мобилната журналистика разширява възможностите на новинарските редакции да отразяват реалността в нейното многообразие. Възможността за гъвкава и своевременна реакция, както и по-малките производствени разходи (в сравнение с установените технически и технологични вериги в телевизията) за създаване на медийно съдържание позиционират мобилната журналистика като предпочитан начин за работа в медиите. Именно икономическите фактори и в определена степен поведението на аудиториите, които все повече се дистанцират от журналистическите предавания и съдър-

жание в медиите (а те не са само журналистика!), поражда загриженост за бъдещето на журналистиката в медиите.

Един от отговорите какво би могло да бъде бъдещето на журналистиката е концепцията „Нов курс“ в журналистиката“. Тази концепция е разработена от Работната група за устойчивост на журналистиката в рамките на Форума за Информация и демокрация при активното участие на Института за изследване на журналистиката „Ройтерс“ и организацията „Репортери без граница“. Авторите вземат повод от „Новия курс“ на президента на САЩ Франклин Делано Рузвелт за икономическо възстановяване на страната от Голямата депресия през първата половина на 20. век. Те разработват нова визия как журналистиката да се справи с предизвикателствата на 21 век. Основната идея е да се изградят нови отношения между държавата и обществото – от една страна, и от друга – да бъдат предложени устойчиви бизнес модели за независимата качествена журналистика, за да може четвъртата власт да бъде на висотата на своята мисия и функциите си.

Статията разглежда мястото на този тип журналистика във формиращата се нова глобална рамка за развитие на медиите, каквато е визията за „Нов курс“ в журналистиката“.

Рамков документ и погранична практика

„Нов курс“ в журналистиката“ на „Репортери без граници“ е разгледан в частта му на взаимодействие между държавата и медиите и съпоставянето на предлагания модел на подкрепа (не само финансова!) с практиката на мобилната журналистика. Основният въпрос е в каква степен водеща практика в създаването на медийно съдържание може да намери място в един рамков документ, ориентиран към бъдещето на журналистиката.

Докладът се опира на подхода на американския президент Рузвелт за справяне с Голямата депресия, обхванала САЩ през 30-те години на 20. век. Предложеният от Рузвелт „Нов курс“ почива на три основни принципа – подпомагане, възстановяване и реформи. Подобно на него предлаганият „Нов курс за журналистиката“ има амбицията да се възстанови „... де юре и де факто, социалната функция на журналистиката, която ще бъде най-подходяща за

бъдещите поколения“ и наред с това бъде едновременно и стимул, и да представява и план¹.

Докладът посочва, че през 21. век все още се използват подходи от 20. век, а те не работят. Организацията „Репортери без граници“ подчертава, че 20-те години на 21. век са от решаващо значение за журналистиката. Нейното бъдеще е поставено на карта. „Журналистиката е отслабена от потенциално опустошителна поредица от големи кризи: геополитическа криза (нарастваща сила на деспотични антимоделни), криза на демокрацията (поляризация и осъждане), криза на съвестта (широко разпространено недоверие), криза на технологиите (информационен хаос) и икономическа криза (финансови проблеми, водещи до низходяща спирала). Епидемията от COVID-19 засили всички тези проблеми“². Към тези фактори следва да прибавим и събитията в Украйна от 2022 година, които поставят на изпитание именно изконните характеристики на обективната, професионална журналистика в един сблъсък с методите на пропагандата.

Докладът твърди, че трябва да се вземат предвид всички страни на уравнението, за да се осигури оцеляването на журналистиката като социална функция от съществено значение за обществата и за отделната личност³. Медийната среда се разглежда като съвкупност от медии (частни и обществени – от гледна точка на модела на финансиране и изпълняваните функции); глобални и локални (съобразно общностите, на които отговарят техните аудитории), както и обслужващи интересите на малцинствата.

¹ „Според Декларацията за информация и демокрация: „Социалната функция на журналистиката оправдава усилията на обществата да осигурят финансова устойчивост на журналистиката. Демокрациите биха сгрешили, ако просто окажат подкрепа на една застрашена индустрия. Духът на декларацията е, че те трябва да положат усилия да възстановят, де юре и де факто, социалната функция на журналистиката, която ще бъде най-подходяща за бъдещите поколения. Новият курс за журналистиката ще даде както тласък, така и план“. Виж: Forum on Information & Democracy. A New Deal for Journalism. In: working-groups [online]. informationdemocracy.org, June 2021. [cited 16 August 2022]. Available from: <https://informationdemocracy.org/working-groups/sustainability-of-journalism/>, стр.5.

² Forum on Information & Democracy. A New Deal for Journalism. In: working-groups [online]. informationdemocracy.org, June 2021. [cited 23 October 2022]. Available from: <https://informationdemocracy.org/working-groups/sustainability-of-journalism/>, стр.6. В доклада се казва, че кризата с COVID-19 е открила възможности в две посоки: „В ранните етапи на пандемията някои правителства се възползваха от възможността да отслабят допълнително и да контролират независимата журналистика. Други обаче решиха да признаят централната роля на журналистиката за отворените и здрави общества, като я определиха като основна услуга, а журналистите - като ключови работници, защитаващи свободата на изразяване“. Пак там, стр. 18.

³ Пак там, стр.8.

За да се отговори на потребностите на обществата е необходимо „...създаване на благоприятна и конкурентна среда, в която има смисъл да се инвестира в производството на новини“⁴.

Направено е ясно разделение между журналистиката като цяло (за която се признава, че „не е перфектна“) и независимата журналистика, която в по-голяма степен реализира функциите на четвъртата власт в обществото. Разгледани са няколко начина за подпомагане на независимата журналистика с нейния безспорен принос и различните видове медии. Това подпомагане от страна на държавата и политическата класа може да включва от данъчни облекчения за инвестиции в професионална журналистика и приоритет за местните медии, през силно изолиране на обществените медии от политически натиск, за да може те качествено да изпълняват своята мисия и функции, до подкрепа за създаването на медии с нестопанска цел като се формират облекчени условия за създаването съответно на журналистически организации с нестопанска цел.⁵

Докладът разглежда четири фактора – свобода на медиите, финансиране, медийна среда и бъдеще. Именно бъдещето, а не романтизираното минало е истинският фокус на документа. Особено се подчертава, че без свобода няма устойчивост на медиите.

Технология и професионално поведение, присъщи за търговските телевизии, се позиционират в рамките на модел на сътрудничество между медиите и държавата, присъщо по-скоро за обществени медии.

По отношение на финансирането се признава, че бизнес моделът, основан на рекламата се намира под голям натиск. Този натиск идва както от правителства така и от частни медии. При положение, че независимата журналистика става все по-слаба и обхватът на обществените медии намалява, журналистиката не може да се противопостави ефективно на безредиците в информационния поток. Това на свой ред води до задълбочаващо се информа-

⁴ Пак там, стр.20.

⁵ Пак там, стр. 10-11.

ционно неравенство, където само част от обществото има достъп до качествена журналистика⁶.

Като заплахи за обществените медии са посочени:

- Политическо завладяване и политизиране на обществените медии, въпреки, че срещу това има регулаторни и законови защитни средства. Този процес върви заедно с притъпяване влиянието на обществените медии или пък се правят опити те да бъдат използвани като оръжие;
- Неефективност или неуспехи в модела на финансиране – било то държавно финансиране или през такси;
- Неуспешно развитие на обществените медии в медийната и комуникационна среда;
- Влияние на технологиите върху независимостта на обществените медии⁷.

За да противодействат на тези заплахи на обществените медии се препоръчва да създават висококачествена журналистика, да се придържат към политики и процедури на прозрачност, както и на прозрачно финансиране, а също така да заделят част от финансите си за научно-изследователска и развойна дейност.

Смята се, че ако се постигне до края на десетилетието 1 процент от БВП да се заделя за финансиране на медиите, то това ще допринесе те да са по-устойчиви финансово. Има се предвид онази част, която обикновено не е привлекателна за инвестиции – разследващата журналистика и новини, както и местните медии. Действителността обаче е малко по-различна. В България този процент и сега е доста по-висок. Въпросът е как се осъществява държавното финансиране и какви са връзките и отношението между изпълнителната власт и медиите.

По отношение на медийната среда се разглеждат действащи лица като журналистиката с нестопанска цел (non-profit journalism) и определящи фактори като конкуренцията и политиките на платформите, данъчна политика и

⁶ Виж стр. 28: „Някои правителства – и частни медии – агресивно настояват за намаляване на финансирането на независимите обществени медии в същото време, когато задълженията им за предоставяне на универсална услуга изискват разширяване на обхвата на нови платформи: никога не е било толкова важно, колкото по време на извънредна ситуация в областта на здравеопазването. С отслабването на независимата журналистика и все по-слабото разпространение или кооптиране на обществените медии, противодействието на информационните безредици става все по-трудно – особено когато политиките и медиите играят роля в подхранването и манипулирането на тези безредици, често срещу самите независими медии. Резултатът за гражданите е все по-задълбочаващо се информационно неравенство – едни са снабдени с твърде много висококачествена журналистика, а други разчитат на непредсказуема комбинация от разпределени източници – и по-голяма уязвимост и нестабилност“.

⁷ Виж стр. 35

законодателни рамки и по-добър достъп до качествена аналитична информация да състоянието на отрасъла.

Бъдещето на журналистиката се свързва с насоченост към отделния потребител на съдържание, подобряване на бизнес средата и развитието на дейности като сътрудничество и споделяне. “По света... организациите и мрежите, отделните журналисти започват (различни дейности – бел. пр.), експериментират, учат, разследват, сътрудничат, организират и изграждат. Много от тях създават изключителна журналистика във всички възможни формати и на всички налични платформи. И мнозина възприемат трансформацията като стават все по-ориентирани към потребителите, ориентирани към продуктите, по-добре квалифицирани и се ръководят от повече данни”⁸.

Осъществяването на функциите на медиите, в частност – аудиовизуалните медии зависи от:

- общата политическа и икономическа среда. Един от подходите е идеологическият и края на (нео)либерализма като идеология;
- развитието на технологиите като определящ фактор в създаването на медийно съдържание и неговото разпространение;
- особеностите на потребителите на медийно съдържание – личностното им формиране, тяхната медийна грамотност и умения да ползват медийно съдържание.

Независимата журналистика, поставена не на идеологическа, а на професионална основа, както и малките новопоявили се начинания (start-ups) в сферата са от значение за устойчивостта на журналистиката. Наред с това е важна квалификацията на хората, работещи в тази област. „Хибридните умения, роли и структури, необходими за създаването, управлението и развитието на дигитални медийни начинания..., са значително по-различни от тези, необходими за не-дигиталните медийни начинания, и все още не са част от учебните програми по журналистика в голяма част от света, въпреки че предприемаческата журналистика се възприема все повече”⁹. В този контекст се признава, че образованието по журналистика и професионалната литература се нуждаят от реформиране за да отговорят на новите нужди и потребности за формиране на съответните умения за работа в медиите.

В тази среда мобилната журналистика изпъква като достъпна, експлоатираща популярен и изгоден икономически модел и имаща широка обхватност по отношение на крайните адресати и потребители на създавания от нея продукт. Тя е достъпна – много хора могат да я ползват като „средство за производство на съдържание“ и като такава тя може да бъде използвана бързо и гъвкаво. Като икономически модел мобилната журналистика е все

⁸ Виж стр. 57.

⁹ Виж стр. 62.

по-предпочитана заради по-изгодното съотношение между качеството на аудиовизуалното съдържание и производствените разходи за неговото създаване. Благодарение на широкото използване на мобилни крайни устройства мобилната журналистика обхваща огромна част от обществото и упражнява силно въздействие върху отделната личност и цели социални групи.

Създаването на канали, които са достъпни през мобилни крайни устройства способства за информираност и възможност за създаване на собствено мнение или засилва негативните тенденции като разпространение на „немедийно съдържание под формата на медийно такова“, разпространение на фалшиви новини, на пропагандистки подход към фактите и тяхното поднасяне.

В момента в медийна среда са налице противоборстващи тенденции. Хората се оттеглят от печатните медии и от електронните медии и се ориентират към цифровите медии и платформите. Мобилната журналистика обаче може да процъфтява и да е пълноценен участник и в двата „лагера“. Тя има своето място и в електронните медии – от една страна, където се губи аудитория и поле за въздействие, и от друга страна – в платформите и цифровите медии, където нейната родна среда и тя е в свои води.

Докладът на Работната група за устойчивост на журналистиката е с акцент върху независимата журналистика, като най-точно отговаряща на потребностите на обществото и най-плътнo вписваща се в/изпълняваща функциите на четвъртата власт. И точно тук е мястото на мобилната журналистика – гъвкава, евтина и ефективно противостояща на политическия и на икономическия натиск върху медиите да НЕ работят като четвърта власт. „Ако се позволи на пазарните сили да действат самостоятелно, ще има малко печеливши и много губещи, което ще има широко документирано отрицателни последици за демокрацията, и социално сближаване, особено на местно равнище“¹⁰, е предупреждението в доклада. И ако, бъдейки част от дейността на големи медии по създаване на съдържание, мобилната журналистика може да бъде обект на подобен натиск, то нейното присъствие и използване медийната среда като цяло (с разнообразието по цялата верига „създаване на съдържание > разпространение > потребление > обратна връзка и развитие“) допринася именно за противодействие на тази тенденция. Получава се една своеобразна двойственост, произтичаща от това как и в името на какви цели се използва мобилната журналистика и в какъв контекст се позиционира всяка конкретна нейна проява.

¹⁰ Пак там, стр. 20.

Дискусия

Особено важен въпрос е отношението на правителствата към журналистиката (sic! а не към отделната медия и медиите като цяло). Това връща дискусията в изходната позиция за функциите, ролята и мястото на журналистиката като четвърта власт в обществото.

Предлаганият „Нов курс“ за журналистиката“ е рамков подход, ориентиран към медиите и техните бизнес модели. Той се опитва да очертае полето на взаимодействие между държавата и медиите.

Мобилната журналистика е начин на работа, а според мнозина, които я практикуват, тя е и светоусещане, която битува на границата между професионализма на новинарските редакции и участието (любителско?) на аудиториите и потребителите в процеса на създаване на медийно съдържание. Доколко „Новият курс“ може да обхване реалностите на тази пресечна точка?

Със своята демократичност (теоретично, всеки може да е журналист ако се придържа към професионалните стандарти и поема отговорност за създаването от него медийно съдържание с присъщите за последното качества като достоверност, безпристрастност, различни гледни точки) мобилната журналистика идва да балансира изкривяванията, които се появяват в работата на професионалните медии¹¹.

От друга страна, мобилната журналистика в нейната цялост като верига по създаване, разпространение и потребление на журналистическо съдържание през мобилни платформи може да е част от враждебната на качествена журналистика среда на големите интернационални платформи. Вече се предлага софтуер, който обхваща целия производствен цикъл като на финала крайния продукт се насочва директно към споделяне е потребление в платформите. По този начин се скъсява времето за достигане до потребителите и аудиториите, а от там става по-кратко и времето, в което да последва евентуална социална реакция.

Отделно, в мобилната журналистика в голяма степен се реализира фактът, че медиите вече са част от икономиката на вниманието. Съдържанието, създавано със средствата на този тип журналистика, е силно повлияно от стремежа да се задържи вниманието на потребителя, особено ако даден материал се прави с нагласата, че ще бъде разпространяван първо през цифровите канали – онлайн, в мобилните комуникации, а защо не и OTT (over-the-top).

¹¹ Тези изкривявания може да са резултат както от външни фактори (указаните форми на натиск), така и от вътрешни определящи – редакционната политика и реализацията на конкретен бизнес модел са само две от тях.

Заклучение

Докладът оформя средата, в която се очаква да работи в бъдеще мобилната журналистика. Границата на вторите две десетилетия на 21. век е период на изчистване на формата като такъв, като успоредно с този процес върви и процес на усвояване на нови технологии от телекомуникациите в медиите. Мобилната журналистика може да играе съществена роля в работата на най-уязвимите сектори от медиите. Нейните основни преимущества са, че е привлекателна за неизкушените хора с гражданска съвест, лесна за работа като технология, като цяло достъпната цена и лесно реализуем бизнес модел в медиите.

От друга страна, инвестирането трябва да е в журналистиката, а не в медийната индустрия¹²! Ролята на правителствата е по-скоро да създадат среда, в която качествената журналистика да процъфтява. Тогава и различните участници в процеса на създаване на съдържание посредством мобилна журналистика ще се чувстват по друг начин и ще работят по-свободно.

БИБЛИОГРАФИЯ

Forum on Information & Democracy. A New Deal for Journalism. In: working-groups [online]. informationdemocracy.org, June 2021. [cited 16 August 2022]. Available from:<https://informationdemocracy.org/working-groups/sustainability-of-journalism/>

¹² Пак там, стр.20.