

**ОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”**

**ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ  
КАТЕДРА „КОМУНИКАЦИЯ, ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА И РЕКЛАМА”**



**„Тенденции и типологии в създаването  
на телевизионно новинарско съдържание“**

(Изследване на новините на БНТ 1 и bTV 2019-2020 г.)

Автореферат на дисертация  
за присъждане на образователна и научна степен „Доктор”  
по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни  
науки

(Медии и комуникации – Телевизионна журналистика)  
към катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама”

Докторант:  
Денислав Николаев Борисов

Научен ръководител:  
доц. д-р Поля Иванова

София, 2021 г.

## УВОД

Динамиката на медийния пазар, развитието на технологиите, налагането на социалните мрежи и интернет медиите и все по-силната конкуренция между телевизиите поставят въпроса за съвременното място на телевизионните новини, влиянието им и значението им за аудиторията. В стремежа си да бъдат актуални и конкурентоспособни, телевизионните журналисти, които стоят зад новинарските емисии и информационните предавания, търсят все по-различни начини и възможности за поднасяне на събитията от публичния дневен ред.

Настоящият дисертационен труд изследва телевизионните новини и публицистика като се търси връзката между тяхното съдържание и интересът на аудиторията, както и подборът на темите, подредбата и посланията, които самите журналисти използват при изграждането на публичния дневен ред. Направено е историческо представяне и теоретично систематизиране на понятията, свързани с развитието на новините в българската телевизионна област. Направени са и няколко изследвания – върху темите, които се повтарят и приоритизират в новините, отношението на аудиторията и начина на подбор от страна на журналистите.

Заглавието формира основните цели и задачи. „Тенденции и типологии в създаването на телевизионно новинарско съдържание (Изследване на новините на БНТ1 и bTV 2019-2020 г.)“

Целта на изследването е да се открият базовите тенденции в създаването на новинарско съдържание. За изпълнението на поставената цел се формират няколко типа изследвания, които да изведат и основните типологии в резултат на откритите тенденции.

В първа глава се задават водещите типологии: спрямо историческия контекст, спрямо факторите, спрямо аудиторията, спрямо технологиите. Във втора глава и трета глава се развиват отделните типологии, като се обособяват различните типове изследване.

Спрямо факторите – основно изследване на общественото и частно телевизионно разпространение чрез базовото изследване, което се задава в заглавието на дисертационния труд – изследване на новините на БНТ1 и bTV 2019-2020 г.

Спрямо историческия контекст – задава се 10 годишен период на изследване.

Спрямо аудиторията – изследване на водещите телевизии bTV и Нова телевизия по показатели рейтинг и часови зони на излъчване на новините.

ЦЕЛТА на дисертацията е да се установи какво е съвременното място на телевизионните новини сред останалото новинарско съдържание, оправдани ли са критиките, че в тях преобладават темите с негативни послания и съдържание и какви са възможностите за развитие и подобряване. У нас не са провеждани целенасочени изследвания на така наречените „негативни новини“, както и не са обобщени ефектите им върху аудиторията. Все пак има автори, които разглеждат темата и анализират последиците в различни статии и научни трудове.

С оглед на поставената цел се формулира следната ХИПОТЕЗА.

Предполага се, че телевизионните новини търпят определена цикличност и повторемост (движение на новината). Поставя се хипотезата, че в телевизионните новинарски емисии преобладават темите с негативно съдържание и именно те се повтарят и търпят развитие по-често.

За доказване на целите и хипотезата се поставят няколко ЗАДАЧИ:

- да се направи исторически преглед на създаването, развитието и съвременното място на телевизията у нас – преглед от създаването на медията и налагането ѝ, през различните участници в това, пречупени през конкретния български ъгъл;
- да се проучат съдържателно, понятийно и времево новинарските емисии, както и ролята и мястото на публицистично-информационните предавания за създаване на новинарско съдържание – чрез подробен контент анализ на новинарското съдържание, специфичната терминология и изводи;
- да се систематизират телевизионните понятия в новинарството и да се открият промените в понятията в съвременните новини – в контекста на съвременните технологии, медийна конкуренция и бъдещи предизвикателства;
- да се направи сравнение между новините и част от публицистиката на БНТ и bTV – за да се види има ли разлика между един обществен и един частен канал с комерсиална цел в подбора и поднасянето на информацията;

ОБЕКТ на изследването са новинарските емисии на БНТ 1 и bTV проучени за периода от 1 януари 2009 г. до 31 януари 2009 г. (68 емисии на bTV в 12, 19 и 22 ч.); 1 януари 2019 г. до 31 януари 2019 г. (67 емисии на БНТ 1 в 6, 7, 8, 12, 20 и 23 ч. и 66 емисии на bTV в 12, 19 и 23.30 ч.); 8 март 2020 г. до 8 май 2020 г. (5 емисии на bTV 19 ч.). Анализирани са общо 206 новинарски емисии.

ПРЕДМЕТ на изследването са *водещите телевизионни новини и негативното телевизионно съдържание, което формират* - като част от цялостното новинарско съдържание на телевизиите.

За да се осъществи поставената цел и задачи на изследването, се определят критерии, с които се сравняват и оценяват конкретни резултати. В изследването се използва исторически анализ, контент анализ, сравнителен анализ.

АКТУАЛНОСТТА на темата се определя от поляризирането на мненията на медийни експерти, аудитория и журналисти относно информацията, която излиза в медиите като цяло и в частност – в телевизионните новини. Силният тласък в разпространението на социалните мрежи и интернет медиите, интерактивността и възможността всеки отделен човек на планетата да произвежда и публикува новини, поставят повече от всякога въпроса за авторите на новинарско съдържание, темите и посланията в новините. Не на последно място – широкият достъп до информация, който имат хората днес води до все по-критичен поглед и оценки към професионалистите, които десетилетия наред са събирали, обработвали и съобщавали информацията – журналистите.

ОГРАНИЧЕНИЯТА на изследването идват от избора на конкретни обекти за анализирание – в случая новините на БНТ 1 и bTV. В настоящия труд се разглеждат и част от останалите телевизии в България, но предимно като част от сравнителния анализ на медийната среда. Друго ограничение представляват избраните няколко едномесечни периода на съдържателен анализ на новинарските емисии, които представляват конкретен отрязък от време, който макар и да показва една обща картина и да начертава тенденции, не може да доведе до пълно обобщение. Изборът е направен на сезонен принцип – телевизионните рейтинги, които измерват гледаемостта на телевизионната програма показва, че зимните месеци и най-вече месец януари, събират най-много зрители пред екраните. Същото се отнася и за разгледаните публицистични предавания – те са конкретни и специфично свързани с новинарството без да са взети примери за цялостната

публицистика, което също е ограничение на изследването. Въпреки това направените изводи могат да служат за изграждане на цялостен модел за структурата на новинарските емисии на база приликите между отделните разглеждани телевизии и близостта с периодите, които не са представени и анализирани.

Основен РЕЗУЛТАТ от изследването е показването на ясни тенденции в създаването на телевизионното новинарско съдържание, отношението на зрителите към него и нагласите на журналистите, които го създават. Допирните точки между тях, но най-вече разминаванията могат да служат за пример и модел на телевизиите как да бъдат подобрени новинарските емисии, какво иска аудиторията и къде да бъдат насочени усилията на хората, създаващи информационния дневен ред.

Използвани методи: документен метод (анализ и сравнение на документи); анализ на съдържанието или контент анализ; сравнителен анализ; case study; социометрични методи – метод на „отзовалите се“; анкета.

*В увода* се структурират основните цели и задачи на изследването. Формират се водещите тези.

*В първа глава* е направена обща периодизация на въвеждането на телевизионната информация в общественото и комерсиално телевизионно разпространение у нас. Спрямо периодизацията и факторите на развитие са очертани основните типове информация. Така се създава типологизация на новинарското съдържание в исторически контекст. Направена е периодизация на информацията в частния телевизионен сектор – спрямо изследваната телевизия bTV и по-конкретно на новините в периода 2000-2020 г. Направен е научен обзор.

Във *втора глава* е анализирано телевизионното новинарско съдържание на база подбора на теми и тяхната повторемост. Това става чрез използването на метода на движението на новината и проследяването на открояващите се тенденции. Направен е детайлен разрез на новинарските емисии в 6, 7, 8, 12, 20 и 23 ч. на БНТ 1 за периода 01.01. – 31.01.2019 г. Обхванати са всички теми в тях и тенденцията голяма част да се повтарят в отделните емисии на дневна, седмична и месечна база. Отчита се, че тази повторемост често е свързана с промяна, допълване, развитие или отпада на информацията, което видоизменя първоначалното съдържание, но запазва основния предмет на темата.

Подробният анализ до голяма степен дава основата за следващото по-задълбочено тематично изследване, защото показва, че темите, които най-често стават обект на движение на новината, са с негативно съдържание.

*Трета глава* включва три големи, самостоятелни изследвания, които търсят аргументация за доказване на хипотезата на дисертацията, че негативното новинарско съдържание преобладава в телевизионните емисии на водещите медии у нас. Направен е теоретичен и понятиен преглед на част от авторите, които са изследвали проблема и неговите проявления. Изведено е определение за негативна новина и е направена подробна класификация на това съдържание. За целта са анализирани емисиите новини в 12, 19 и 23.30 ч. на bTV в периода 01.01. – 31.01. 2019 г. Направено е и сравнение на 10-годишна база – с темите, които са присъствали в новинарските емисии на същата медия по същото време през 2009 г., за да се открият съдържателните тенденции и специфики. Продължение на първото изследване е собствено анкетно проучване, което анализира нагласите на зрителите към телевизията, в частност телевизионните новини, доверието им, мястото им спрямо останалите традиционни и новии медии и не на последно място – отношението им към негативното новинарско съдържание. А трето изследване акцентира върху журналистическите екипи, за да проследи механизмите за подбор на информацията и взаимовръзката с нейната положителна или отрицателна натовареност.

*Заклучението* прави обобщение на постигнатите резултати и изводи; извеждат се акцентите от отделните изследвания; прилагат се доказателства за доказване на целите и хипотезата на дисертационния труд; набелязват се възможности за допълване и развитие на темата в други полета.

В настоящото изследване също се откроява съвременната роля и място на сутрешните блокове и новини, създаването на телевизионната информация и нейното движение в различни публицистични програми.

Създаването на новинарско съдържание е процес, надхвърлящ мащаба на една журналистическа редакция или конкретен журналист. Отразяването на новини цели една обществено-значима тема да достигне до максимално широка аудитория и да я информира за важни събития. Затова писането, редактирането и публикуването на новини е професионална дейност, която изисква обективност, журналистическа етика, спазване на

професионални стандарти, но и допълнителна регулация и обратна връзка. Като естествен ползвател на новинарското съдържание, аудиторията има голяма роля в определянето на журналистическия дневен ред чрез своята реакция и отношение към темите, които са част от новините. Търсенето на баланс между това, което журналистите предлагат на публиката и това, което публиката очаква или иска да види в една новинарска емисия, е обект на множество изследвания и анализи, част от настоящия дисертационен труд. Намирането на допирни точки или просто приближаването на позициите между аудиторията и журналистите може да има ключова роля върху развитието на телевизията като традиционна медия в конкуренцията на новите медии (интернет, социални мрежи) и бъдещето на телевизионните новини като цяло.

## ПЪРВА ГЛАВА

### **Ролята и мястото на телевизионната информация в създаването и развитието на общественото и комерсиално разпространение у нас**

#### 1. Обща периодизация на телевизионната информация. Типология на новинарското съдържание спрямо историческия контекст

Разглеждането на новинарското телевизионно съдържание днес е възможно единствено в контекста на цялостното развитие на телевизията. От историческа гледна точка до създаването на новинарски емисии от сутрешния часови пояс до вечерните часове и промяната в съдържанието на телевизионните новини, се стига след десетилетия на развитие на медиите, в частност на телевизията.

Спрямо тенденциите и развитието, които търпи начинът на подбор и представяне на информацията от журналистите на аудиторията може да бъде направена базова класификация - *типология на новинарското съдържание спрямо историческия контекст*. Типологията на новините в исторически контекст е с открояваща се тенденция на развитие в държавното телевизионно разпространение. По фактор конкуренция – определящ признак в историческата типология е монопол в държавното разпространение на телевизионната информация. В периода на въвеждане типологията е от технологичен тип, а не творческо информационно съдържание. Следващият период на начално развитие на телевизията и стартиране на новините се характеризира със следване на типологизацията по оста на новите тенденции, определящо се от технологичен напредък, но и от първите прояви на съдържателни промени. Това включва увеличаване на новинарското съдържание и публицистиката и налагане на нов начин за информиране на аудиторията. Този период прелива в следващ - период на многоканалната телевизия, в който значението на информацията, която се разпространява по телевизионен път, е толкова голямо, че налага увеличаване на съдържанието чрез създаването на нови канали, профилиране на информацията и осъществяване на контрол. Последен е периодът на частна национална телевизия, в който сме и до днес – превръщането на телевизията в



средство за печелене на пари, в частност и на телевизионното новинарско съдържание, което има за цел да привлича аудитория и да носи престиж на медията. Историческият контекст пречупва телевизионната информация и през още няколко призма – на нагласите и възприемането на съдържанието от страна на аудиторията, както и спрямо начините на подбор и представяне на новините. В настоящото изследване се създава и типология в исторически контекст спрямо период на развитие на новинарско съдържание от 10 години. Типологията е на база сезонното позициониране на новинарско съдържание и спрямо рейтингите.

### 1.1. Период на въвеждане на телевизията

Исторически телевизионните новини са предшествани от множество значими технологични и обществени събития. За да се стигне до това, което днес наричаме новина и телевизионно новинарско съдържание, е извървян дълъг път, в който са разработени техническите първообрази на телевизията и чак след това чрез тях се стига до ретранслирането на информация. Този начален етап може да се класифицира като изграждащ медийни функции спрямо информацията. По отношение на аудио-визуалните функции – също може да се открият процесите на изграждане на естетическите функции спрямо другите типове изкуства. Спрямо географския принцип на типологизация – разработването на новата медия все още заобикаля България, концентрира вниманието на по-образованите в техническо отношение хора и е далеч от бъдещия масов зрител.

През призмата на историята може да се създаде типологизация, която да обхване българската телевизионна периодика. Тя започва с *телевизионно новинарско съдържание в предначален етап на телевизията*. Поради все още близката прилика с киното и ограничените възможности на технологиите тук говорим за информационно съдържание, предавано и възприемано главно посредством картината и по-малко чрез подготвен новинарски текст. В този първи етап на навлизане картината е предимно привнесена отвън, а текстовото и речево новинарско съдържание все още са в полето на печата и радиото. Отличителното за този предначален етап са направените първи стъпки в създаването на телевизионна продукция, концентрирането най-вече върху техническите елементи, а не толкова върху съдържателната част, предаването на живо и показването

основно на чуждестранни видеоматериали. Затова в този начален етап трудно можем да говорим за проявления и примери за негативно новинарско съдържание, които да се анализират. Силата на информацията от екрана на телевизора предстои да бъде разбрана със същинското навлизане на телевизията в живота на българите, развитието на новинарските емисии и превръщането им в част от ежедневието на населението.

### 1.2. Период на начално развитие на телевизията в България – стартиране на новините

На 26 декември 1959 г. е официалното откриване на Българската телевизия. Навлизането на телевизията в ежедневието на хората бележи функционална промяна в нейното значение – към заложената технологично-образователна роля се до добавя и социалната такава. Започва изграждане и натрупване на телевизионно съдържание, което поражда обществени нагласи, очаквания и навици. Това може да се типологизира като втори *етап на телевизионното новинарско съдържание при навлизането и развитието на телевизията*. Още от самото начало на българската телевизия новините имат ключова роля като част от програмата. В този втори етап се наблюдават няколко забележими тенденции. Първо новините вече са значим фактор в обществото. Съдържанието им достига до все повече хора, съответно оказва определено влияние. Второ – телевизионно новинарско съдържание вече има целодневно. Също – в този период макар и по-често протоколни, темите в новините стават все по-разнообразни. В тях макар и рядко намират място обявления за станали инциденти на пътя, аварии, решаването на важни проблеми за гражданите, както и международни конфликти. Затова именно в този период можем да заключим, че за първи път се появява *негативното телевизионно новинарско съдържание*. Липсват данни за ефекта му и интереса от аудиторията, но погледнато като съвременници можем да заключим, че до днес негативните новини плавно, но постоянно са се увеличавали, за да станат преобладаващи в съвременните новинарски емисии.

### 1.3. Период на многоканалната телевизия

С въвеждането на многоканалната телевизия в телевизионното новинарство започва етап на изграждане на навици за гледане на новини в различни телевизионни канали. В този трети *етап на телевизионното новинарско съдържание при същинското налагане на телевизията като общественозначим фактор*, телевизията е изиграла своята общественозначима роля – превърнала се е от ретранслатор на протоколни събития преди промените в рупор на зараждащата се нова политическа ситуация. Това е период на оформяне на няколко ключови тенденции. Първата е свързана с преобразуването на ролята на телевизията от нова медия във фактор на влияние. Втората е по посока промяната на съдържанието – натрупването на опит, разширяването на програмния диапазон и техническото развитие позволяват обогатяване на информационното съдържание и в новините, и в публицистиката. Наблюдава се тенденция за разширяване броя на новинарските емисии, увеличаване на продължителността им, промяна в съдържанието им, което говори за все по-съществената роля на новините като част от телевизионната програма, а оттам и значението ѝ за обществото. Това са национални тенденции, които могат да бъдат наредени до най-значимите научно-технически и обществени промени през миналия век, повлияли и променили живота на хората в световен мащаб. Телевизията и в частност предоставянето на информация чрез новинарските емисии се превръщат във водещ обществен фактор и градивна част от ежедневието на българите, които показват постоянен интерес към телевизионното новинарско съдържание.

#### 1.4. Период на частна национална телевизия

С появата на конкуренция на национално ефирно ниво се слага началото на последния четвърти период от типологизацията на телевизионното новинарско съдържание – *етап на навлизане на частните медии и интернет и влиянието им върху информационното съдържание*. Това е етап, който продължава и до днес. В сравнение с предишните три той търпи най-бързи и съществени промени. Тук говорим за един съвсем нов различен модел на възприемане и достигане до информацията. От една страна всичко започва с конкуренцията между обществената и първата частна телевизия. Но скоро сред

това в състезанието се включват и други телевизионни канали. Още не решили борбата по между си, в битката за интереса на аудиторията се намесва интернет и възможностите, които глобалната мрежа дават. Това е етап на непрестанни промени, в който телевизиите от водещи медии все повече се налага да приемат ролята на догонвачи – в бързината и гъвкавостта на предаваната информация, в подбора ѝ, в конкуренцията на самия зрител, който често сам се превръща в медия и автор на новинарско съдържание.

В този последен четвърти *етап на навлизане на частните медии и интернет и влиянието им върху информационното съдържание* наблюдаваме една нова медийна реалност. Значението на новинарското съдържание е толкова голямо, че се появяват изцяло новинарски телевизионни канали. А конкуренцията между най-големите телевизии и до днес се гради до голяма степен на силната журналистика и публицистика. И не на последно място – телевизиите непрекъснато се самоусъвършенстват технически, материално, визуално и съдържателно, за да могат да отговорят на предизвикателството да са в крак с времето, което им налага появата и бързото навлизане във всички сфери на живота на интернет. Телевизионното новинарско съдържание за пореден път се превръща в ценен ресурс и актив на телевизиите в тази неравна битка. Новинарските емисии търсят да извадят най-силните козове, а те често се държат от новини с негативно съдържание, както ще покажат редица изследвания, които са обект на този дисертационен труд. Исторически погледнато информационните емисии се променят чувствително през годините и са еволюирали до днешния си вид, където доминира негативното новинарско съдържание.

## ВТОРА ГЛАВА

### 2.1. Идентификация на водещите телевизионни новини. Движение на новината

Новината – това е информация за случваща се сега и променяща се ситуация или моментно събитие.<sup>1</sup> Самата новина носи в себе си развитието и промяната. За да се превърне едно съобщение в новина, то трябва да претърпи определено движение. Движението на новината е една от най-важните характеристики на съвременните телевизионни новини, която включва нейната актуалност, проследимост, ексклузивност, насоченост към аудиторията, конкурентоспособност. Днес движението на новината е част от всяка новинарска емисия, а изследването на това движение дава изводи, които обрисуват по своеобразен начин моментната картина на телевизионното новинарство.

За да се направи обективен разрез на движението на новините, настоящото изследване прави подробен медиен мониторинг и анализ на новинарското съдържание на БНТ в периода 01 януари – 31 януари 2019 г. (Виж приложение 1.) Разгледани са емисиите новини от сутрешния до късния вечерен часови пояс – емисиите в 6 часа, 7 часа, 8 часа, 12 часа, 20 часа и 23 часа. Направен е мониторинг на всекидневен, седмичен и месечен принцип. Обхванати са новините в делничните дни, тъй като съботно-неделната програмна схема е с намалено новинарско съдържание, което не включва сутрешната часова зона.

За месец януари 2019 г. БНТ е излъчила 22 емисии от 6 часа, 22 емисии от 7 часа, 22 емисии от 8 часа, 22 емисии от 12 часа, 23 емисии от 20 часа (на 01 януари е излъчена само вечерна емисия новини) и 22 емисии от 23 часа. Или общо 33 часа и 22 минути новинарско съдържание.<sup>2</sup>

Повторяемостта на теми в новините водещ съвременен похват в създаването на информационно съдържание. Движението на новините е част от цялостния облик на една медия, то е отражение на синергията между отделните звена и структури. За периода 01.01

---

<sup>1</sup> English dictionary for advanced learners, 2001.

<sup>2</sup> „По света и у нас”. БНТ [online]. 2th th Януари 2019. [cited 2 th Януари 2019]. Available from: <https://www.bnt.bg/bg/a/po-sveta-i-u-nas-emisiya-600-2-yanuari-2019>

до 31.01. в ефира на БНТ в делнични дни в рамките на новинарските емисии в 6 ч., 7 ч., 8 ч., 12 ч., 20 ч. и 23 ч., са излъчени общо 1396 обекта. От тях 496 са присъствали като теми в предходните емисии. Или 1/3 от темите са реален инструмент от движението на новините. Нещо повече – част от тези теми са били включени в новинарските емисии и преди изследвания период, намерили са място и в периода след това, а някои дори са актуални и до днес.

## **ТРЕТА ГЛАВА.**

### **3.1. Типологизация на телевизионното новинарско съдържание. Негативни новини.**

Дисертационният труд типологизира телевизионното новинарско съдържание спрямо няколко важни показатели. Изследване чрез контент анализ показва, че информацията може да бъде класифицирана различно, спрямо отрицателния или положителния заряд, които носи. Предложена е типология на новинарското съдържание и през призмата на зрителите и на журналистическите екипи. Отчитат се и съвременните тенденции, които доведоха до съдържателни промени и навлизането на фалшиви новини сред информационния поток. Както и уникалната ситуация с пандемията от коронавирус, която доведе до цялостни промени в световен план, включително и в подбора и представянето на темите в новините.

Новините сами по себе си не могат да бъдат лоши или добри. Но събитията, които една новина отразява могат да носят положителна или отрицателна натовареност и това да създаде позитивно или негативно усещане у зрителя. Една от най-честите критики е, че в новинарския поток на медиите попадат твърде много негативни събития, придобили популярност като „негативни новини“ или „лоши новини“.

Тълковният речник дава две определения на понятието „негативен“:

1. Който се отнася до негатив.
2. Отрицателен, обратен.

Смисълът се допълва още: „Негативизъм – отрицателно отношение, начин на мислене, когато се отричат или поставят под съмнение традиционните норми и ценности“<sup>3</sup> и „отрицателен – който има лоши, вредни, неблагоприятни качества и свойства; който изразява неодобрение, неблагоприятно отношение към някого или нещо“.<sup>4</sup> У нас не е правен задълбочен академичен труд, който целенасочено и подробно да изследва негативното съдържание в телевизионните емисии. Все още липсва конкретно и точно определение на новинарските истории с негативно съдържание. Формулирането на такова е нужно и би помогнало за правилното разбиране и анализиране на журналистическите материали. В най-общ смисъл това са *новини, които отразяват събития с отрицателна конотация и които предизвикват негативни чувства и реакции у комуникацията*. Разбира се ограничение пред анализирането на проблема е, че изпитването на определено отношение към дадена тема, било то негативно или положително, е индивидуален и вътрешен за всеки човек процес. Но въпреки това общоприето е кои събития в живота и функции на човешкия бит носят негативен заряд за хората – това са смъртта, болестите, проблемите от различно естество, скандалите. Затова можем да приемем за меродавно и валидно, че негативните новини - това са новините за катастрофи, бедствия, корупция, убийства, болести, проблемни репортажи и други събития, които предизвикват отрицателно усещане у зрителите. По темата съществуват множество публикации и проучвания, които могат да дадат сравнително пълен и достоверен отговор какво точно са негативните новини и мястото, което заемат сред останалите теми.

В настоящия дисертационен труд е предложена собствена класификация на онези теми от медийния дневен ред, които могат да попаднат в графата „негативни новини“. Те могат да бъдат разделени в три групи:

- Инциденти; - Съдебно-криминални новини; - Проблемни репортажи.

Намираме новини от тези групи в подробен контент анализ на съдържанието на bTV Новините за времето от 01.01. до 31.01.2019 г., който показва няколко тенденции. За посочения период от 1 месец в ефира на bTV са излъчени 68 броя емисии в 12 ч., 19 ч. и 23.30 ч. В тях са включени 1067 новинарски единици – репортажи, живи връзки, покрити

---

<sup>3</sup> *Български тълковен речник*. София: Наука и изкуство, 1994, с. 516.

<sup>4</sup> Пак там. с. 598.

бланкове и други специфични телевизионни елементи от новинарския жанр. От тях 808 могат да бъдат причислени към т. нар. „негативни новини“. Или 75.7% от общия брой новинарски обекти е свързан с теми, които могат да бъдат класифицирани като проблемни или отрицателни. На практика това означава, че 3 от 4 новини в една емисия са негативни.

Дали излъчването на толкова негативни новини е проблем на съвременната журналистика или новинарското съдържание не се е променило съществено? Отговор дават резултатите от контент анализ на съдържанието отново на БТВ Новините 10 години преди изследвания по-горе период. Разгледани са емисиите в 12, 19 и 22 ч. от 01.01. до 31.01.2009 г. За този период от един месец в ефир са излъчени 1185 отделни новинарски единици (репортажи, живи връзки, бланкове, покрити бланкове). От общото съдържание 988 са темите, които могат да бъдат класифицирани към негативните новини. Процентно това прави 83,38%. Това означава с около 8% повече отрицателно съдържание през 2009 г. спрямо същия период през 2019 г.

### **3.2. Основни функции на зрителските нагласи към съдържанието на новините**

Как аудиторията у нас вижда съвременното отразяване на събитията от публичния дневен ред? Отговор дава анкетно проучване, проведено за целите на дисертацията и по проекта „Телевизионни ракурси“, по ФНИ, СУ, ФЖМК. В сътрудничество с изследователски център „Тренд“ в периода 2 -15 март 2020 г. са интервюирани 100 човека като е спазен принципът на представителността – 48 мъже и 52 жени на възраст от 18 до 70+ години. Изследването е съобразено и с нужната възрастова извадка и образованието.

Резултатите от проведеното изследване дават непълна, но сравнително обширна картина на зрителското мнение и очаквания към телевизията и новините в частност. Става ясно, че за хората е важно да бъдат информирани, а телевизията продължава да бъде основният информационен източник. Нещо повече – големият процент от хората гледат телевизия всеки ден и прекарват по няколко часа пред екрана. Въпреки това интернет медиите и социалните групи, които се смятат за основен конкурент на телевизията като медия от гледна точка на развитието на технологиите, само за няколко години след появата си успяват да спечелят голям дял аудитория и дори изпреварват традиционните медии като



радио и печат. Това обаче не значи задължително, че те крадат от телевизионната аудитория. Напълно възможно е онлайн съдържанието и телевизионното такова да се допълват и използват от хората едновременно. В същото време от изследването става ясно, че хората не смятат, че телевизията ще изчезне от живота им, даже напротив – повечето гледат повече телевизия към днешна дата в сравнение с миналото си и предполагат, че ще гледат повече и в бъдеще. Телевизионните новини стоят особено стабилно сред цялостното телевизионно съдържание. Най-големият процент хора гледат телевизия именно заради новините, има изявен интерес, както към сутрешните емисии, така и към обедните, вечерните и късните, т.е. обхванат е целият дневен диапазон. Телевизията се ползва с високо доверие спрямо останалите информационни източници, а новините дори с още по-високо. Въпреки тези положителни и обнадеждаващи тенденции, притеснение буди отношението на зрителите към новинарското съдържание – огромният процент от хората го намират за негативно, а отново според повечето това е причина да искат да гледат по-малко новини. Резултатите са сигнал за телевизионните новини, а и за журналистите като цяло, че преобладаващото негативно съдържание в медиите, макар и често сензационно и важно като проблематика, вече води до отрицателно натрупване сред аудиторията и отлив. Нужна е промяна в редакторските политики, търсене на повече баланс и друг подход в понасянето на негативните новини. Намирането на решение е жизненоважно за доверието към телевизионното съдържание, репутацията на журналистите и бъдещето на медиите като цяло.

### **3.3. Журналистически нагласи при създаването на новинарско съдържание**

Често се наблюдава разминаване между журналистическата преценка и зрителските очаквания, а медиите все повече са подложени на критики относно редакционната си политика и включването на твърде много негативни събития в отразяваните теми. Изследване сред репортери, водещи, редактори и оператори от БНТ 1, bTV, Нова телевизия цели да покаже какви са принципите за изграждане на информационния дневен ред на журналистическите екипи.

От проведеното изследване сред водещи телевизионни журналисти на различни позиции става ясно, че новинарите до някаква степен осъзнават превеса на негативните теми в изграждания от тях журналистически дневен ред, но оправдават присъствието им с обществения интерес и нуждата чрез медиите да се решават проблемите на обществото. Според повечето журналисти, макар и изпълнено в отрицателни теми, новинарското съдържание безпристрастно отразява случващото се и по този начин показва проблемите и търси техните решения. Това обаче задълбочава пропастта между авторите на телевизионно съдържание и ползвателите му – зрителите. Но в същото време защитава основното журналистическо правило – да се водят в решенията си от професионалните си принципи и интересите на обществото. Както казва М. Нейкова: „Журналистиката – според едно от многото различни определения за професията – е посредник, даващ на хората необходимата информация, за да вземат решения за своя живот, да могат да разбират и оценяват проблемите на своето време; тя се опитва да надниква зад твърденията и декларациите на управляващите, да анализира и интерпретира сложни проблеми, да участва в дискусиите по създаването на национална политика, да развива интелектуалните и културните интереси на аудиторията и, разбира се, да я развлича и забавлява“.<sup>5</sup>

### **3.4. Предизвикателствата на новата медийна реалност**

В началото на 2020-та година светът се сблъска с неочаквано и невиждано до сега като мащаби предизвикателство – коронавирусът. Тръгнала от китайския град Ухан, за броени седмици заразата се разпространи в съседните азиатски страни и в целия свят. Бързото му разпространение и фатални последици за хората доведоха до безпрецедентни мерки на всички континенти. Стигна се до затваряне на граници, изолация, карантина, тежки здравни кризи и огромна икономическа такава. Заразиха се милиони хора, а стотици хиляди загубиха битката с болестта. Както повечето страни, България също въведе редица мерки и ограничения, за да запази живота и здравето на населението. Пандемията от

---

<sup>5</sup> Нейкова, М. *Пресечна точка...*, с. 16.

COVID-19 се превърна и в крайъгълен камък за новините и журналистите, които ги създават.

На 13 март 2020 г. правителството на България обяви извънредно положение в страната, заради разпространението на коронавируса. Темата вече беше превзела новинарските емисии още на 8 март, когато бяха регистрирани и първите случаи у нас. Подробен контент анализ на бТВ Новините в разглеждания период показва ясно какво е медийното поведение и отразяване на темата. На 8 март в централната емисия новини на бТВ са излъчени 15 обекта – 10 са посветени на коронавируса, 5 на други теми. Първите 10 материала в емисията са именно тези, свързани със заразата като 8 са вътрешни, а 2 международни. От останалите 5 теми, намерили място в емисията 4 също са негативни – скандал с имоти на БСП, протест на границата, обир и разбита група за измами. Последната новина е любопитна – екзотично цвете от Пловдив. Седмица по-късно на 13 март, когато е обявено извънредното положение, цялата емисия новини на бТВ е посветена на коронавируса. Излъчени са 18 обекта – всичките с различните гледни точки и аспекти на заразата във вътрешен и международен план. Темите започват от мерките в страна, през новите случаи, ситуацията в болниците, презапасяването на хората в магазините, икономическите прогнози, международната ситуация и приключват с известните хора от света на спорта и шоубизнеса, за които се знае, че са носители на COVID-19. Ден по-късно – на 14 март темата продължава да преобладава. В централната новинарска емисия в 19 часа са включени общо 30 самостоятелни новинарски единици. От тях – 21 са посветени на коронавируса, а 9 на странични теми. Седмица по-късно – на 20 март медийната ситуация е без промяна. В централната информационна емисия на бТВ отново над 90% от темите са посветени на пандемията – 22 срещу 2. Двете различни теми отново са пример за негативни новини – нападението над журналиста Слави Ангелов и посегателството и погрома в спортна зала на ЦСКА. Същият ден е излъчена и извънредна емисия новини с 11 репортажа и живи връзки, всичките посветени на коронавируса. До края на 2020 г. темата доминира в новинарските емисии. Заради тежките последици съдържанието на новините свързани с пандемията до голяма степен трябва да бъде класифицирано като негативно новинарско съдържание заради фаталните последици върху здравето, както и негативния икономически, политически и обществен отпечатък.

Коронавирус пандемията постави медиите в непозната среда и наложи създаването на модел за работа, какъвто досега не беше използван. Телевизиите и журналистите в тях бяха изпитани в максимална степен да реагират в отразяването на извънредни ситуации в продължение на много седмици и месеци. Темата пренареди познатата телевизионна програмна схема, както и новинарското съдържание, създаде нови реалности в работния процес и показа някои от недостатъците му. В същото време показва, че в условията на криза традиционните медии са тези, които зрителите търсят за достоверна информация. Създалата се криза даде възможност на телевизионните журналисти да се докажат и да върнат част от загубеното в тях доверие. И макар темата за коронавируса до голяма степен да трябва да се класифицира към негативните новини, нейната важност обостри и избистри нуждата от излъчване на такъв тип новинарско съдържание. Това все още е преходен извод, който може да бъде оборен и променен, защото зрителите са с променливо мнение и лесно могат да променят нагласите си, но като цяло пандемията до голяма степен изигра положителна роля за телевизионните новини като ги утвърди като сериозен, доказан и достоверен източник на информация.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

„Феноменът комуникация ни изправя пред морален и изобщо философски проблем, който е свързан с избора, идентичността, свободата и ценностите. Да, истината притежава своята морална мощ, която се изразява чрез понятията съвест, чест, човешки грях, великодушие или злоба. Но човешкият живот освен цел, притежава и ценност и поради това, от гледна точка на етиката, може да твърдим, че в човешките си измерения истината има ценностни измерения, които трябва да бъдат предавани и осъществявани чрез комуникацията“.<sup>6</sup>

Основната цел на настояща дисертация бе да направи изследователски разрез на телевизионните новини, който да покаже оправдани ли са критиките, че съдържат преобладаващо негативни теми. Основната задача – да се изработят методи, да се намерят

---

<sup>6</sup> Михайлов, Н. *Етика и комуникации...*, с. 123.

достоверни източници и да се проведат изследвания, които да докажат или обортат изследователската теза. А тезата на този дисертационен труд, която бе подложена на проверка, е – че в новинарските емисии негативните новини имат голямо преимущество над останалото съдържание; че това предизвиква недоволство и отлив у зрителската аудитория; че журналистите знаят за този дисбаланс, но го поддържат, смятайки за правилен и обективен подборът на темите.

Изследването бе проведено при ограничения, които се формират спрямо целите на дисертацията – създаването на различни типологии, които представят базовите тенденции на създаването на телевизионно новинарско съдържание. В сравнителното поле са избрани: сравнителна типология на две телевизии – обществена и комерсиална (БНТ 1 и bTV); сравнителни типологии на две комерсиални телевизии спрямо базовата тенденция на развитие на аудиторията (bTV и Нова тв); сравнителни типологии на 10 години период. Формираха се типологии, които се изведоха от принципа на case study чрез изследователски избор на три основни публицистични предавания. Целта е да се създаде типология чрез практико-приложен анализ на информационно-публицистичните програми. Публицистичните програми са както в ежедневната, така и в праймтайм зоната. Това позволява създаване на базова типология. Сравнителният анализ беше направен върху новинарското съдържание и само три от многото публицистично-информационни предавания; изследваните периоди обхващат само няколко конкретни месеца. Въпреки това можем до голяма степен да приемем направените изводи за общовалидни и очертаващи ясна тенденция в правенето на телевизионните новини. На база принципа на движението на новината става ясно, че едни и същи събития и теми се повтарят отново и отново в новинарския дневен ред, а в голямата си част те могат да бъдат класифицирани като негативни новини.

В *първа глава* беше направена базова основа за проследяване на тенденциите в съвременното телевизионно новинарско съдържание. Предложеният теоретичен и исторически преглед позволи да се проследи развитието на базовите понятия и показатели, които са обект на изследване в дисертационния труд. А изясняването на терминологичната и понятийна рамка показва промените, настъпили в последните години в начините на подбор и създаване на информационно съдържание. Това даде възможност да бъдат изведени тенденции и типологии, предложени в първа глава, които представляват

своеобразен принос.

Във *втора глава* се доказва основополагаща формула за работата на медиите днес – беше доказано, че движението на новините като част от общия новинарски поток, е актуален модел за работа. Разбивката по емисии показва, че темите в новините носят цикличност, която позволява пренасянето на новинарско съдържание от сутрешните до късните информационни емисии, че дори и на дневен, седмичен и месечен принцип. От направеният анализ стана ясно, че между 40 и 70% от съдържанието е обект на повторемост. Това от своя страна показва, че има теми в новините, които се повтарят често, които са свързани с определени институции, личности или обща проблематика и по-често тези теми могат да бъдат класифицирани като негативно новинарско съдържание.

Тезата на настоящата дисертация бе частично доказана в *трета глава* – направеният медиен анализ на съдържанието на bTV Новините през януари 2009 г. показва, че 83% от новинарската тематика е била негативна, а 10 години по-късно, през януари 2019 г. 75% от включените теми са негативни. Нещо повече – утвърждаването на отрицателното съдържание в новините прелива в публицистиката, където същите теми са анализирани и коментирани, а чрез коментарите понякога се връщат обратно в новинарските емисии под формата на новина.

Основен резултат на изследването е показването отново в трета глава на големия дисбаланс между авторите на новинарското съдържание (журналистите) и неговите ползватели (аудиторията). Двете самостоятелни изследвания по темата показват, че макар за зрителите телевизията да продължава да бъде основен информационен източник, насищането на новините с негативно съдържание се приема критично и води до отдръпване на аудиторията и търсене на алтернативни канали. Другото проучване сред репортери, редактори, оператори и водещи на новини разкри, че журналистите възприемат негативните новини като отразяващи обективно случващото се у нас и по света. И макар да осъзнават превеса на отрицателните теми, те признават, че това е търсен и целен ефект, с който се привлича аудитория. Разминаването между тези две взаимосвързани групи отваря сериозни въпроси за бъдещето на телевизионните новини, интересът към тях и промените, които трябва да настъпят.

Трите глави на дисертацията доказват поставената в началото на настоящия труд теза, а именно, че телевизионните новини търпят определена цикличност и повторемост

(движение на новината), в телевизионните новинарски емисии преобладават теми с негативно съдържание и именно те се повтарят и търпят развитие по-често. Това позволява да се начертаят основни типологии в съвременното новинарско съдържание – предложеният хоризонт, изработената методология за анализиране на темите, както и въведеното определение и класификация на негативните новини в телевизионните информационни емисии. И не на последно място – изведени са ясни тенденции, които показват, че негативното новинарско съдържание преобладава сред темите в новините, аудиторията е критична към това, но въпреки това се интересува от това съдържание, а журналистическите екипи осъзнали и оправдавайки действията си със своята професионална преценка избират именно негативни теми с превес в информационния дневен ред.

Обект на бъдещи изследвания може да бъде по-задълбочен анализ на това къде зрителите намират алтернатива, когато решават да сменят телевизията като информационен източник – доколко това е интернет пространството и то оправдава ли доверието или също е обект на критики относно по-безконтролно тиражираната информация? Интерес би предизвикало и едно по-цялостно изследване на телевизионната програма – доколко съдържанието в останалите компоненти (други предавания, филми, дори реклами) е негативно и има ли места, където балансът е обърнат и преобладава позитивната тематика?

Настоящият дисертационен труд търси и разкрива важни закономерности при подбора на теми в новините и телевизионната публицистика. Но не това е основният му принос. Изводите от направените редица изследвания са свързани с нуждата от по-трезва преценка на аудиторията за значимите теми, които изграждат публичния дневен ред. Защото негативните новини до голяма степен преобладават в телевизионните информационни емисии и предавания, спазвайки се принципът за отразяване на проблемите на обществото, това, което е в разрез с нормалното и общоприетото, необходимостта медиите да бъдат реален медиатор между обществото и институциите. А за журналистите – поуката, че утвърденият в момента начин на правене и поднасяне на новините до голяма степен натовазва зрителите, които искат и имат нужда от промяна и тя трябва да се търси в осигуряването на повече баланс, достоверност и широкообхватност на темите. От намирането и достигането до пресечна точка между тези две групи до голяма

степен зависи бъдещето на телевизионната журналистика и може да бъде основно поле за развитие на конкуренцията между телевизиите. Защото независимо какъв ще бъде подборът на темите, как ще бъдат разработени и показани те, каква част ще са негативни или положителни, в крайна сметка всичко се свежда до представянето на истината.



### **Библиография на ползваните в автореферата източници:**

1. Михайлов, Н. К. 1. (2018). *Етика и комуникации*. София: Мейкър Артс.
2. Нейкова, М. (2003). *Пресечна точка / Мария Нейкова*. София ИК Гя.Нейкова, М. С.  
(2008). *Историята в международната журналистика: употреби и злоупотреби*. София: Авангард Прима.
3. (1994). Андрейчин, Л. Д., & Попов, Д. Г. *Български тълковен речник*. София: Наука и изкуство.
4. Oxford Student's dictionary of English, & Turnbull, J. (2010). *Oxford Advanced Learner's Dictionary: International Student`s Edition* (8 th impress.). Oxford: Oxford University Press.

## Научни публикации на Денислав Борисов, свързани с темата на дисертационния труд.

1. „Движение на новината – анализ на новините на БНТ (1 януари – 31 януари 2019 г.), Годишник на СУ „Св. Климент Охридски“, ФЖМК, с. 49 – 68, Том 27, ISSN 1311-4883

2. „Зрители срещу журналисти – как се възприема и създава новинарското съдържание?“, онлайн издание за изследвания, анализи и критики Newmedia21.eu, ISSN 1314-3794

Публикувана на 27.01.2021 г.

<https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/zriteli-sreshtu-zhurnalisti-kak-se-vazpriema-i-sazdava-novinarskoto-sadarzhanie/>

3. „Негативно съдържание в телевизионните новини (анализ на bTV Новините – януари 2019 г.)“, онлайн издание за изследвания, анализи и критики Newmedia21.eu, ISSN 1314-3794

Публикувана на 29 април 2021 г.

<https://www.newmedia21.eu/analizi/negativno-sadarzhanie-v-televizionnite-novini-analiz-na-btv-novinite-yanuari-2019-g/>

4. Под печат:

„Негативно съдържание в телевизионните новини“ (анализ на bTV Новините - януари 2019 г.), Докторантски сборник „Медии и комуникации“, 2021 г. Прилага се служебна бележка към папката с документи.

## **НАУЧНИ ПРИНОСИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

### **Теоретико-методологически:**

- В дисертацията се осъществява изследване на тенденциите в развитието на телевизионната информация като идентификация, разпространение и популяризиране на водещите телевизионни новини чрез подробен контент анализ на съдържанието на БНТ 1 и bTV.
- Извършен е научен обзор. Направена е периодизация на новинарското съдържание.
- Изведени са типологизации в отделните глави (на телевизионното новинарско съдържание спрямо исторически контекст; на телевизионното новинарско съдържание в контекста на определящите комуникационния процес фактори).
- Изведени са определение и хоризонт на негативните новини, както и класификация на темите с отрицателно съдържание.

### **Практико-приложни:**

- Разработен е модел за движение на новините, който показва определена повторемост на теми с превес към негативното съдържание. Изготвени са творчески идеи за новинарските емисии.
- Реализирани са онлайн проучвания. Корпусът на изследванията включва: анализ на аудиторията и отношението им към телевизионното новинарско съдържание; анализ на журналистическите екипи в телевизията и начинът им на подбор на темите в новините.