



СМ 441

ИНТЕРНЕТ КОМУНИКАЦИЯ

Приета: Прот. № 35/03.06.2010 г., актуализирана с прот.№ 14/07.03.2016 г.

Лектор: гл.ас.д-р Мария Манева

АНОТАЦИЯ

Целта на курса е да даде на студентите актуална информация за характера, същността и спецификата на on-line журналистиката. В хода на лекциите ще бъдат обяснени историческите етапи на човешката комуникация и медиите, ще се направи сравнение между традиционните и новите медии, ще се открият предпоставките за възникване на компютърно-опосредстваната комуникация, а също така и различните проявления на on-line журналистиката – нови журналистически умения, видове дигитални медии, негативни явления.

ОСНОВНИ ЦЕЛИ

Студентите трябва да придобият знания за:

- Еволюционното развитие на човешката комуникация и медиите.
- Разликата в комуникационния процес между традиционните и новите медии.
- Същността на информационното общество и компютърно-опосредстваната комуникация.
- Същността на on-line журналистиката и новите умения, свързани с нея.
- Специфичните проявления, проблеми и характеристика на on-line медиите – on-line вестници, блогове, дигитални медии, дигитални статии, web-дизайн.
- Студентите трябва да усвоят умения и техники за създаване на он-лайн журналистически продукт.
- Умения за създаване на HTML-документ

ПРЕДПОСТАВКИ

Успешното обучение предполага определено равнище на усвоени знания и умения по дисциплините Теория на комуникациите, Информационни технологии, Журналистически жанрове, Пресжурналистика, Радиожурналистика, Телевизионна журналистика.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Журналистика	Задължителна	5	20	30		50	10	15	25	

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. **Еволюция на човешката комуникация и медиите.** Ера на знаците и сигналите. Ера на речта и езика. Ера на писмеността. Ера на печата. Ера на масовата комуникация. Ера на информационното общество. Компютърно опосредствана комуникация. Нови медии.

Тема 2. **Сравнение на традиционните с новите медии.** Двупосочен поток на информацията. Няма пазач на входа. Компресия на пространство и време. Постоянна обратна връзка. Активен реципиент. Интерактивност. Диалогичност. Мултимедийно съдържание. Хипермедийно навигиране. Персонализация на информацията. Конвергенция на медии. Миниатюризация.

Тема 3. **Предпоставки за възникване на компютърно-опосредстваната комуникация.** Информационното общество. Информационни и комуникационни технологии. Дигитализация, децентрализация и глобализация на информацията.

Тема 4. **Дефиниране на компютърно – опосредстваната комуникация.** Теории на компютърно-опосредстваната комуникация. Типология на компютърно-опосредстваните комуникационни медии. Синхронна и асинхронна компютърно-опосредствана комуникация. Класификации на синхронната и асинхронната компютърно-опосредствана комуникация.

Тема 5. **Онлайн журналистика.** История на онлайн журналистиката. Същност и характеристика на онлайн журналистиката. Нови умения, свързани с онлайн журналистиката. Журналистически умения. Редакторски умения. Читателски умения.

Тема 6. Специфика на дизайна на онлайн вестниците. Предимства на онлайн журналистиката. Въпроси и проблеми за решаване пред онлайн журналистиката.

Тема 7. **Блогът - нова форма на публичната комуникация в Интернет.** Блогът - истинската нова медия или „журналистическа версия 3.0“. Блоговете в политиката. Блогът - инструмент за ефективен PR. Блогът като образователна медия. Блог на преподавателя. Блог на учащия се. Блог на курса.

Тема 8. **Дигиталните медии.** Схема на Марк Даузе. Интерактивност. Мултимедия. Хипертекст. Персонализация. Новини с добавена стойност.

Тема 9. **Дигиталната статия.** Медийни типове.

Тема 10. WEB- дизайнът в услуга на ергономичността.

Тема 11. Негативни явления на онлайн комуникацията.

Тема 12. Интернет в Югоизточна Европа. Интернет телевизия. От уебсайтове до излъчване онлайн.

Тема 13. Уеб ползваемост. Полезност. Достъпност. Ергономичност. Ползваемост. Свободен и фиксиран дизайн. Композиция на страницата. Навигация. Хиперекст. Реклама.

Тема 14. Модел на електронно медиатизираната комуникация на общностите.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Текущото оценяване включва анализ на уеб-сайт, електронен вестник, блог и др., създаване на уеб журналистически материали (HTML-формат). Заключителният изпит е теоретичен. Той обхваща цялото съдържание на учебната програма и може да бъде в писмена или устна форма.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Буркарт, Р. Мултимедия, Интернет и бъдещето на телевизията. В: Наука за комуникацията. Велико Търново, ПИК, 2000, с. 258-268.
2. Буркарт, Р. Модел на електронно медиатизираната комуникация на общностите. Велико Търново, ПИК, 2000, с. 377-385.
3. Дерменджиева, Г. Еволюция на човешката комуникация и медиите. Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Т.11, 2006, с. 7- 37.
4. Дерменджиева, Г. Увод в компютърно-опосредстваната комуникация. УИ „Св. Климент Охридски“; С., 2001. с. 9-54.
5. Дерменджиева, Г. Онлайн журналистика. Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Т.8, Книга 1 – Нови медии, 2008, с. 15-38.
6. Дерменджиева, Г. Блогът - нова форма на публичната комуникация в Интернет. В: Публична комуникация, глобализация и демокрация. С., ФЖМК, СУ, 2006, с. 187-195.
7. Дерменджиева, Г. Дигиталните медии. Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Т.12, 2007 с. 93-113.
8. Дерменджиева, Г. Тъмната страна на онлайн комуникацията. Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Т.10, 2003, с.17-23.
9. Попова, М. Виртуалният човек. С., 2005.
10. Попова, М. Медиен процес и виртуална среда: онлайн медии в България, http://liternet.bg/publish11/m_popova/medien.htmq 2008.
11. Рашева, В., Иванов, К. Използване и прилагане на компютърни методи и технологии в журналистиката – практическо ръководство за организиране на файлове, набиране и проверка на статистически данни и събиране на информация от Интернет. С., 2002.
11. Спасов, О. Интернет в Югоизточна Европа. Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Т.10, 2003, с. 83-101.
12. Фидлър, Р. Медиаморфоза. Да разберем новите медии. С., 2005.
13. Цветкова-Казандзи, С. Икономика и цифровизация на електронните медии. С., 2009.
14. Шипли, Д. Интернет етика. С., 2009.
15. Heijnk, S. Texten fürs Web: planen, schreiben, multimedial erzählen. Broschiert, 2011.
16. Simons, A. Journalismus 2.0. Uvk, Broschiert, 2011.
17. Spielkamp, M.; Wieland, M. Schreiben fürs Web: Konzeption - Text - Nutzung (Praktischer Journalismus) Uvk, Taschenbuch, 2003.
18. Müller, M. Die gewandelte Rolle des Journalismus im Web 2.0 von Avinus-Verlag (Taschenbuch) 2008.
19. Hoofacker, G. Deutsche Fachjournalisten Schule. Journalismus. Modul 107: Online-Journalismus. Verlagsangaben, Taschenbuch, 2006.
20. Günzler, E. Online-Journalismus: Herausforderungen für Rezipient und Journalist von Grin Verlag Broschiert, 2010.
21. Soltau, S. Veränderungen journalistischer Regeln durch den Online-Journalismus. von Grin Verlag Broschiert, 2010.
22. Deter, P. Die Rolle des Online-Journalismus bei der Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit von GRIN Verlag Broschüre, 2007.
23. Haserer, W. Online-Journalismus - Aus- und Fortbildung in Deutschland von GRIN Verlag Broschüre, 2010.
24. Otto, J. Berufsfeld Online-Journalismus von GRIN Verlag Broschüre, 2009.
25. Alkan, S. 1x1 für Online-Redakteure und Online-Texter. Einstieg in den Online-Journalismus von Businessvillage Broschiert, 2006.
26. Hoofacker, G. Online-Journalismus: Texten und Konzipieren für das Internet von Econ Taschenbuch, 2010.
27. Matzen, N. Onlinejournalismus von Uvk Broschiert, 2010.