

Електронните издания на българските национални ежедневници

Тодор Панайотов

Вестникът е най-старата периодична печатна медия и е основно средство за масова комуникация. Ако съдим по рекламните приходи, тази медия продължава да привлича рекламодателите, защото се нарежда на второ място след телевизията. Това челно място се дължи на авторитета на изданията и на безспорно силните страни на пресата, които са в интерпретацията, коментара и в четивата за свободното време.

В последните години медийните анализатори обаче са разделени в мнението си за бъдещето на печатните издания. Според едното становище в ожесточеното съревнование с Интернет и другите медии печатът губи своите позиции и едва ли не е обречен да загине. Според другото становище точно Мрежата дава нови възможности за печата.

Все повече издатели и редактори се съобразяват с новите медийни реалности и търсят нови читатели и нови канали за разпространение на печатните издания. Претрупаният с информация съвременен човек отделя все по-малко време за четене. Особено това важи за младите поколения, чиито медийни навици са свързани по-силно с визията, отколкото с текста. Затова всеки съвременен вестник залага на цветния печат, по-добрата хартия и на триканалното съобщаване – текст, снимки, графики. Освен това от края на 20. и началото на 21. век масово се наложи таблоидният формат. Днес с този формат излизат дори най-ярките представители на елитния печат като “Таймс” и “Ню Йорк Таймс”. Компактният формат доведе до нов начин на писане и предлагане. Текстовете вече са по-малки по обем, но затова пък са свръхактуални, а графичният дизайн е не просто по-динамичен и вълнуващ, а се стреми да подпомага читателя в ориентацията и селекцията на текста.

Големите издателски групировки не спряха дотук и от началото на нашия век развиха свои онлайн версии. Именно чрез тях издателите се стремят да достигнат до нови целеви групи и съответно до нови приходи за вестникарските издателства. Практиката доказва, че Мрежата не само не е заплаха, но може и да даде ново начало за най-старата медия. Вестникът онлайн е важно допълнение на печатното издание и се възползва от

безспорното предимство на изданието майка – известната марка. Базираните онлайн вестници разполагат с глобална достъпност, мултимедийност, автоматично търсене, постоянна актуализация и дават възможност на читателите за обратна връзка чрез чатове, вотове, дискуссионни форуми и други.

И българските национални всекидневници развиха свои онлайн издания. Още в средата на деветдесетте години на миналия век свой електронен вариант създадоха вестниците „Пари“ и „Континент“. На практика днес всички значими издания имат сайтове. За жалост точно пионерите в глобалната мрежа „Пари“ и „Континент“

не само изчезнаха от виртуалното пространство, но изчезнаха и от вестникарските павилиони.

В печатните и електронните издания на националните ежедневници има главно два типа интеграция на съдържанието. При вестниците „Сега“ и „Монитор“ има почти пълно покритие на съдържанието в печатното тяло и в интернет. Този подход обаче води до срив на тиража на тези вестници и до нарастване на посещенията в електронните им издания. Друг е моделът на „Труд“ и „24 часа“. При тях съдържанието повече е на хартия. В сайта има оперативни новини и част от приложенията, анализите, коментарите и интервютата при това понякога с отправка, че пълният текст може да бъде прочетен в печатното издание.

При вестник „Стандарт“ също има два формата - книжен и дигитален. След създаването на агенция „Стандарт нюз“ вече има две различни медии. Те се допълват и преливат. Работата на журналистите обаче се увеличи, защото на практика те се правят от почти един и същи екип.

Особено интересна разновидност на печатната журналистика в дигитална опаковка е т. нар. е-рарег. В Европа и САЩ с този термин се нарича електронната версия на печатната медия, която е представена в Интернет не само едно към едно, но и в оригиналния си дизайн. Е-рарег е предназначен за аудитория, която се интересува от даден вестник, но не е в състояние да получава печатният му вариант. Главно ползватели на този продукт са абонатите в чужбина и пътуващите хора. Те разполагат с оригиналното издание, дори преди неговото разпространение. Предимствата на е-рарег са, че може да бъде получен по имейл, прегледан онлайн или да бъде четен офлайн.

От българските национални вестници свои факсимилни версии в PDF формат онлайн разпространяват тиражните всекидневници “Труд” и “24 часа” и нискотиражния

„Класа”. Интересно е сравнението между актуалните абонаментни цени на „Труд“ и „24 часа“ за една година. Печатното издание е с цена от 260 лева, а PDFформата се предлага за 228 лева.

Онлайн емисиите на пресата и симулацията е-рарег са нови, модерни канали за печатните медии. Затова добре е да се познават тези форми на пресата. Безспорно те предоставят нови възможности, които трябва да бъдат използвани пълноценно.