

СМИСЪЛ И ЗНАЧЕНИЕ НА УНИВЕРСИТЕТСКАТА ТЕЛЕВИЗИЯ

Иван Драганов, Вергиния Тодорова

SENSE AND SIGNIFICANCE OF THE UNIVERSITY TELEVISION

Ivan Draganov, Verginiya Todorova

Резюме: Цел: Изследване на причините за създаване на университетско-студентска телевизия.

Резултати: След краха на модела на държавната телевизия, разколебаните като редакционна независимост национални обществени телевизии /с изключение на BBC и още три национални обществени телевизии в Швеция, Ирландия и Естония/, както и от разочарованието от елементарните идеи и цели на търговските телевизии, това е четвъртата възможност да се създаде качествена, независима от политически и финансови интереси програма в интерес на обществото.

Приноси: Анализ на съществуващата медийна ситуация в България и доказване на тезата, че друг шанс за издигане на телевизията у нас на ново качествено ниво на този етап няма.

Ключови думи: държавна телевизия, разочарование, редакционна независимост, търговски телевизии, университетска телевизия.

Abstract: Purpose: Research of the reasons for creating a university-students TV station.

Results: After the failure of the state's television model in the EU, the national public television has editorial independence only in Great Britain, Republic of Ireland, Sweden and Estonia. In other countries there is a lack of independence and freedom of speech. The elementary ideas and goals of the commercial television are also disappointing. The University TV is the fourth chance to create quality TV programs of public interest, which is independent of political and financial interests.

Contributions: Analysis of the situation with existing electronic media. Showing that, currently, there seems to be no other way to increase the level of quality content offered to the TV audience.

Keywords: disillusion, editorial independence, National Public television, States television, University TV.

1. АНАЛИЗ

От 1989 г. е либерализиран телевизионният пазар в Европа. В България това се случва през 1999 г. В края на 1989 г. европейската директива „Телевизия без граници“ недвусмислено отрече практиката на държавната телевизия и въведе пакет от комплексни мерки, които да отделят и ограничат до максимум възможностите на политиците и по-специално на държавата, както и на икономически групировки да се намесват в работата на телевизията. Водещ модел бе този на BBC. Създаден бе единият стълб на телевизията в Европа – националната обществена телевизия. Ключови понятия бяха редакционна и финансова независимост на електронните медии и особено на националните обществени оператори. Така европейската общност по онова време дава конкретна висока оценка за зрелост на европейското гражданско общество и отрича категорично пропагандата и манипулацията като инструменти за политически цели с краткосрочен характер, масово използвани в държавните телевизии.

За вторият стълб европейските експерти ползват модела на САЩ. От него бяха заимствани регулацията на електронни медии и пазара на частни комерсиални телевизии. Всички тези мерки не бяха пожелателни, а задължителни. Двадесет и седем години по-късно разочарованията все още са, ако не по-големи, то те са поне колкото радостта от постигнатото. С изключение на четири държави – Англия, Ирландия, Швеция и Естония масово правителствата продължават да заобикалят по различни начини принципите в законите и европейските директиви и да назначават „свои политически проверени“ хора в

управителните и надзорни органи в телевизионния сектор. Това означава, че те нямат доверие на независимите експерти и предпочитат да работят с политически обвързани персони. По-лошото е, че те невинаги са експерти в съответната област. Това поставя под съмнение редакционната независимост на националните телевизии и готовността на регулаторните органи да я отстояват. Сто и девето място в ранг листата по свобода на медиите красноречиво доказва това, независимо, че бяха изписани концепции на „независими“ експерти, включени в управителните органи как ще отстояват свободата на журналистите. Това все още не се случва и всички европейски анкети го доказват.

Другото разочарование в България /може би единствената държава в Европа/ е липсата на работещ механизъм за финансиране на националните медии с такси, събирани от населението. Тази липса обикновено означава минимален бюджет в рамките на държавния и поставя генералните директори под косвена зависимост от субективното мнение на съответния министър на финансите или на неговия премиер. Ако към това прибавим незрялото гражданско общество, липсата на воля у държавата да го стимулира, вместо да го потиска, липсата на високо количество хора с лично достойнство, и с етос на общественото служене, възискателност към личната репутация, и непоносимост към лично компрометиране картината става мрачна и отлага решаването на проблема с независимостта на обществените телевизии с десетилетия [1]. За двадесет и седем години се появи ново поколение, което вече не вярва на обещания и няма никакъв респект към политиките. Най-малкото, защото те обещават много, а всъщност са колонизирали политически държавната администрация и не пускат никой извън своите политически съпартийци в нея. Съществуват многобройни примери с отличници от престижни европейски университети, които работят в кол-центрове, докато в същото време неясни субекти със съмнителни дипломи, но партийно активни, задръстват и блокират със своята некомпетентност държавните институции и пречат на прехода. Аз лично не виждам скоросен изход от тази ситуация. По този начин смисълът на обществената телевизия да служи повече на обществото, отколкото на властта, се губи в голяма степен. Понякога това става по-флагрантно, понякога по-грубо, но резултатът е един.

От формулировката в Закона за радиото и телевизията става ясно, че единственият смисъл на комерсиалните телевизии е да формират печалба. Целите им се свеждат до простото търговско правило – какво и как ще се продаде. Както вече отбелязахме, Комитетът на министрите при ЕК е приел резолюция, че регулаторните органи в държавите членки на ЕС могат да възлагат на комерсиалните телевизии да изпълняват обществени функции. Това в България досега не се е случило. Едва ли ще се случи и занапред.

В естетиката доминиращ трябва да бъде непрекъснатия стремеж към качество. При маркетинга обаче отчетливо се забелязва сериозен конфликт в сложната зависимост естетически постижения и търговски успех. При него културата на избора и потребностите на интелекта отстъпват винаги пред първичното желание за зрелища и печалба, които се продават най-лесно. Обикновено те са от територията на битово-телесната проблематика.

Втората сложна зависимост е общото ниско образователно и културно ниво на аудиторията, която е фактор извън възможностите за корекция от страна на програмирането. Картината продължава да бъде тягостна. На 27 септември 2012 г. по БТВ бяха изнесени смразяващи данни от изследване на Българската стопанска камара. Те гласят, че 500 000 души са неграмотни, а 1 500 000 души имат четвърти клас образование. Една трета от населението на страната. От маркетингова гледна точка на телевизията те са ядрото на масовия зрител и следователно фактор, който влияе негативно върху програмната политика.

Това е сериозен проблем за комерсиалните телевизии. Програмата трябва да бъде адресирана до възможно най-широк кръг зрители, но дали ще привлече максимална

аудитория е възлов конфликт за художественото ръководство на телевизията и маркетинга. В крайна сметка и за цялото общество, защото, както надявам се, е станало ясно високото качество изисква по-високи критерии за обща култура, а това стеснява аудиторията. Но, не трябва да се забравя, че „електронните медии променят ценностите, а ценностите от своя страна ще променят природата на нашето общество”. Необяснимото е, че ние вече живеем и се развиваме в това променено общество, но все още не сме в състояние да го дефинираме докрай.

Важното е, че промяна в телевизионния пейзаж би могло да има в България, само ако се появи като замисъл, смисъл и философия, друг модел телевизия. Това ще бъде четвъртата възможност за обществото да получи гражданска медия. Под това разбирам съдържание насочено не само към елитите, но и към обществото, неговото нравствено и културно развитие в светлината на казаното от проф. Джон Гарднър [2].

Тази цел е постижима само с високи изисквания към собствената продукция – сериозни, а не таблоидни новини, умна и аналитична публицистика, задълбочени коментари и анализи, художествени телевизионни филми, и сериали на високо ниво. Такъв вид програма като осмислен репертоарен подход би била възможна единствено в ефира на финансово и редакционно независим национален обществен оператор [3] или в ефира на университетска телевизия. Каквато у нас все още няма, но ние имаме творчески ресурс да я създадем.

Отново напомняме важния британски императив при правене на телевизия: „Визията на BBC е, че трябва да бъде най-творческата медия, която се ползва с най-висока степен на доверие в аудиторията. Обществената телевизия трябва да прави всичко възможно, за да задоволява потребностите на своите зрители с програми и предавания, които да информират, образоват и забавляват, обогатявайки техния живот по начин, по който търговските телевизии сами не биха успели да предложат. Обществената телевизия трябва да се ръководи изцяло от интересите на обществото, да подкрепя талантите и новаторите, да действа независимо от всякакви чужди и частни интереси и да спазва най-високите етични стандарти” [3].

В сектора на търговските телевизии близо голям процент от програмата се сведе до простия смисъл да се гони печалба на всяка цена. В този текст формулирахме и систематизирахме проблемите, които стоят, и пред националните обществени телевизии. Навремето главния секретар на BBC ни каза¹: Ние сме най-добрата телевизия, но вие няма да можете да направите такава телевизия във вашата страна. Двадесет и две години по-късно се разбра, че е бил прав. Въпросът опира не само до модела, но и до манталитета на хората, работещи в телевизията, както и този на зрителите. Като вземем под внимание завоалираните проблеми на обществените телевизии в /не/видимата битка за политическо и икономическо влияние, както, и елементарните цели на комерсиалните телевизии става ясно, че единствената надежда за независима, отговорна и позитивна телевизия към днешна дата е появата на университетските телевизии на територията на независимата академична общност, която е такава от античността насам. Освен пряка образователна цел, нейното значение ще бъде да произведе съдържание, което да промени качеството на анализите, коментарите, дебата и посланията, както и нивото на българския език. А какъв е смисълът? В свое интервю проф. Богдан Богданов казва, че: *Всеки произвежда нужния смисъл. Никой няма нужда от целия смисъл, поради което не се котира особено всеобхватността.* (4)

¹ По време на специализация на управленски кадри от БНТ в BBC през 1994г.

Специфичният смисъл от университетската телевизия е да създадем ниша, свободна от политически, финансови и всякакви други странични зависимости освен мисията да служи на обществения интерес. Смисълът е чрез университетската телевизия да изградим култура и самочувствие на независимост, свобода, евристика, нетърпимост към цензура и отсъствие на автоцензура у поколения млади хора, които след това много трудно ще бъдат вкарани в матрицата на съществуващите негативни практики на комерсиалните, и обществени телевизии. Надявам се, тези млади хора, възпитаници на университетските телевизии да останат извън модела на негативизма в новините, банализирането на проблемите, небрежният уличен език, шумната глупост и евтините забавления. Духът на свободната мисъл ще бъде вече изграден и развит в съзнанието на студентите, и те вътрешно ще бъдат новите независими хора, които вероятно ще променят шумния, пъстър, но изпразнен от съдържание и смисъл телевизионен поток.

Друг важен смисъл е, че академичната общност ще намери своя телевизионна територия за представяне на иновационни идеи, задълбочени анализи и смислени коментари. Тази общност сега е игнорирана от националните телевизии с няколко изключения, които аз квалифицирам като ТВ звезди. Те се канят инцидентно и присъствието им по националния ефир е фрагментарно. Представителите на академичната мисъл чрез ефира на университетската телевизия ще получат възможността да вземат равностойно участие в публичния дебат, да лансират мнения и възгледи далеч от конюнктурни идеи, популистки тези и безпочвени обещания за развитието на обществото и държавата. Те ще се превърнат в коректив на статуквото чрез ресурса на своите познания, които ще експонират чрез ефира на университетската телевизия. Важно обстоятелството е, че тези хора ще повдигнат нивото на телевизионните дискусии, ще подобрят рязко и отчетливо нивото на българския език, който сега е на много ниско равнище. Аз съм убеден, че моделът на дебат с аргументи и контраагументи ще се превърне в модел за останалите телевизии. В този контекст университетските телевизии ще стимулират обществените телевизии също да се развият по линия на своята независимост, обществена мисия, качество на новините и коментарите. Присъствието на преподавателския състав в национален телевизионен ефир ще повиши тяхната популярност и престижа на университета. Най-важното е, че преподавателският състав ще демонстрира отговорно, логично и убедително говорене. Д-р Виктор Франкъл заявява, че неговата специалност логотерапията вижда в отговорността самата същност на човешкото съществуване. От такава гледна точка можем да кажем, че смисъл на университетските, а и на обществените телевизии, е да служат на обществения интерес като носят цялата отговорност за високата доза критицизъм и задълбочени анализи в своите предавания, ясно и точно осмисляне и артикулиране на проблематиката. Това може да се постигне като се преформулира тясно утилитарната задача на студентската телевизия като учебна и се преформатира на университетска телевизия с хоризонт на създаване, и излъчване на програма, която да представя както идеите и творчеството на студентите, така и мненията, и научните постижения на академичния състав. След краха на модела на държавната телевизия, разколебаните като редакционна независимост национални обществени телевизии /с изключение на ВВС и още три национални обществени телевизии в Швеция, Ирландия и Естония/, както и от разочарованието от елементарните идеи и цели на търговските телевизии, това е четвъртата възможност да се създаде качествена, независима от политически и финансови интереси програма в интерес на обществото. Друг шанс за издигане на телевизията у нас на ново качествено ниво на този етап няма.

ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ:

- [1]. JAKUBOVICZ, Karol and Miklós SÜKÖSD. Twelve Coincepts Regarding Media System Evollution and Demokratization in Post-Comunist Societies. *In: Finding the right place on the map: Central and Eastern European media change in a global perspective*. Bristol, UK: Intellect ltd., 2008, pp. 9-40. ISBN 978-1-84150-193-2.
- [2]. ГАРДНЪР, Джон. *За нравствеността в литературата*. София: Народна култура, 1983. Gardner, Dzhon. *Za нравstvenostta v literaturata*. Sofia: Narodna kultura, 1983.
- [3]. *Продуцентски наръчник. Стандарти и ценности на Би Би Си*. София: УИ „Св. Кл.Охридски”, ФЖМК, БНР, БНТ, 2002. ; *Standarti i tsennosti na VVS*. Sofia: BNR, BNT, FZhMK, 2002, str. 5.
- [4]. БОГДАНОВ, Богдан и Генка МАРКОВА. И в моите заплетени теоретични положения са скрити едрини, които зависят от един крив живот [интервю]. *24 часа* [онлайн]. 10.08.2016 [прегледан 21 февруари 2018]. Достъпен на: www.24chasa.bg.
Markova, Genka. Intervyu na Genka Markova s prof.Bogdan Bogdanov. [interv.] prof.Bogdan Bogdanov. Sofia: v-k "24 chasa", str.18, 10.08.2016.

Информация за авторите:

Проф. д-р Иван Драганов, Департамент "Телекомуникации", НБУ, ул. Монтевидео № 21, 2-609, Тел.: 02 8110609, e-mail: idraganov@nbu.bg
Вергиния Годорова, Докторант, Департамент "Телекомуникации", НБУ, ул. Монтевидео № 21, 2-609, Тел.: 02 8110609

Contacts:

Prof. Ivan Draganov, PhD, Department Telecommunications, New Bulgarian University, 21 Montevideo St., Sofia, Tel.: 359 2 8110609, e-mail: idraganov@nbu.bg
MSc Verginiya Tododrova, Postgraduate, Department Telecommunications, New Bulgarian University, 21 Montevideo St., Sofia.

Дата на постъпване на ръкописа (Date of receipt of the manuscript): 05.04.2018

Дата на приемане за публикуване (Date of adoption for publication): 11.09.2018