

СМИСЪЛ И ЗНАЧЕНИЕ НА УНИВЕРСИТЕТСКАТА ТЕЛЕВИЗИЯ

Иван Драганов, Вергиния Тодорова

Резюме: 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.

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

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 ВВС. 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 обещаваха 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 скорошен 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 оператор¹ [3] или в ефира на университетска телевизия. Каквато у нас все още няма, но ние имаме творчески ресурс да я създадем.

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 ВВС ни каза²: 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)

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

¹ Отново напомням важния британски императив при правене на телевизия: „Визията на ВВС 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.”Стандарти и ценности на ВВС”, изд. БНР, БНТ, ФЖМК, София, 2002 г., стр.5.

² По време на специализация на управленски кадри от БНТ в ВВС през 1994г.

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, популистски 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 & Sükösd Miklós. . *Twelve Coincepts Regarding Media System Evollution and Demokratization in Post-Comunist Societies*. Bristol, UK : Intellect ltd., 2008. стр. 25.
- [2]. Гарднър, Джон. *За нравствеността в литературата*. София : Народна култура, 1983.
- [3]. *Стандарти и ценности на ВВС*. София : БНР, БНТ, ФЖМК, 2002, стр.5.
- [4]. Маркова, Генка. Интервю на Генка Маркова с проф.Богдан Богданов. [интерв.] проф.Богдан Богданов. София : в-к "24 часа", стр.18, 10 08 2016 г.

За контакти:

Проф. д-р инж. Иво Драганов, Департамент ”Телекомуникации”, ул. Монтевидео № 21, 2609, Тел.: 02 8110609, e-mail: idraganov@nbu.bg

Докторант Вергиния Тодорова, Департамент ”Телекомуникации” ул. Монтевидео № 21, 2609, Тел.: 02 8110609

Дата на постъпване на ръкописа Date of receipt of the manuscript: 04.04.2018

Дата на получена рецензия Date of review received: 10.04.2018

Дата на приемане за публикуване Date of adoption for publication: 10.04.2018

Ivan Draganov, Verginiya Todorova

Abstract: After the failure of the state’s television model in the EU only in Great Britain, Republic of Ireland, Sweden and Estonia the national public television has editorial independence. In the other countries there is 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 program for public interest, which is independent of political and financial interests. In the moment, there seems to be no other way to increase the level of content, offered to the TV audience.

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