

Ivan Bogomilov

(Sofia, New Bulgarian University)

Review of Peculiarities of Television Management by Ivo Draganov

Abstract: This work is an attempt to provide a systematic account of the established practice in the management, programming and financing of terrestrial and cable television. Television business and management are comparatively new for Europe and Bulgaria. The liberalisation of the electronic media took place in the late 1980s. Established programming and management models resulting from the development of television and TV regulations in the United Kingdom and the United States have been copied. With the emergence of commercial television, a new industry has developed, whose management exhibits a number of specific features and principles. Good programming, management, and planning are crucial for the success of any television channel.

Иван Богомилов

(София, Нов български университет)

РЕЦЕНЗИЯ за книгата на Иво Драганов „Особености на телевизионния мениджмънт“

Управлението на електронни медии и по-специално на телевизия е нова материя, както за България, така и за Европа. С либерализирането на медийното пространство, с приемането на доктрината за развито информационно общество в страните от ЕС, особено с бурното развитие на търговията с телевизионни станции след 1996-а година, проблемът с подготвени управленски кадри на висше ниво става много актуален. В рамките на ЕС размерът на инвестициите и приходите надхвърля десетки милиарди евро. Новата индустрия изисква мениджъри с академична подготовка и професионален опит. Засага на тази територия се реализират хора с близки професии и общи знания. Финансовото състояние на БНТ красноречиво доказва това. От гледна точка на този професионален контекст темата за особеностите на телевизионния мениджмънт е важна и навременна. В днешно време телевизията, каквато е една от тезите в този труд, изгражда социокултурни модели на поведение, създава примери за подражателство, налага гледни точки и тон на дебати по всички актуални проблеми от съвременното обществено-политическо, икономическо, социално и културно развитие на обществото и държавата. Не е само средство за забавление и информация. Затова тезата, която Иво Драганов ни представя, заслужава сериозно внимание. Моето мнение е, че той се е справил на много добро ниво в защитата на поставените тези.

Иво Драганов, освен теоретична подготовка, има многопрофилен опит във всички нива и територии на киноиндустрията, разпространението, архивирането, телевизионното производство и програмиране, регулацията и авторегулацията. Това безспорно е помогнало много при изграждането на труда. Той има дългогодишна професионална кариера в производството на игрално и документално кино,

Иван Богомилов

програмирането на репертоара на кината за късометражни филми – „Култура“, писането на оперативна критика, работата като редактор и сценарист в Студия за научно-популярни и документални филми „Време“, Българската национална филмотека, основател и зам.директор на филмопроизводственото звено на БНТ, което първо започва работа на продуцентски принцип, програмен директор на Канал 1 на БНТ, работата му в програмния комитет на EBU, работата му като секретар на НСРТ и в Европейската платформа на независимите регулаторни органи EPRA, а накрая и член на първата Комисия за етика в електронните медии, специализациите в Англия - BBC, Франция - CSA, Германия – MDR-ARD и САЩ - USIA. Преподава в НБУ от 1992 г. като хоноруван, а от 2004 година като редовен преподавател по дисциплините „Организация, програмиране, бизнеспланиране и управление на електронни медии“, а в НАТФИЗ в магистърска специалност „Мениджмънт на екранните изкуства“ по специалността „Телевизионно програмиране“.

Той е провел много семинари, бил е член и председател на журита за документални филми и телевизионни програми на много наши и международни фестивали. Контактите му с чужди експерти като професор Хенинг Рьол – директор на MDR-ARD, професор Хени Лайденфрост – програмен директор на MDR-ARD, доктор Гюнтер Щруве – програмен директор на ARD, директорът на S4C Джерънт Стенли Джоунс и много други многобройните семинари, кръгли маси и конференции, които е водил и участвал с доклади, му дават сериозен обем познание за сложната съвременна проблематика на телевизионното програмиране и управление. „Особености на телевизионния мениджмънт“ е завършекът на този опит и познания.

Темата е развита логистично в нейната обща рамка и конкретна функционалност. Представен е подробен исторически преглед на значимите факти и събития от историята на телевизията по света.

Направен е подобен преглед и на важните дати от развитието на телевизията в България. Авторът разглежда много внимателно и обстойно два ключови въпроса – как се стига до либерализирането на европейското медийно пространство и какво се случва у нас през годините 1989-1999-а. Той обвързва и защитава тезата, че телевизията е необходим елемент на демокрацията и важен инструмент за развитието на гражданското общество.

Идването на власт на телевизията като първостепенна медия става още през 1960 година, развива се бурно през 60-те и 70-те години, а у нас това става след 1994 година. В момента американски политолози изследват непрекъснато влиянието на телевизията върху политическите процеси и поведението на различни обществени прослойки, но факт е, че обстановката е коренно променена и всеки трябва да се съобразява с това – поне така заключава авторът. Това е глобален процес, който не подминава България и примерите с АТАКА и премиерът Бойко Борисов са убедителни в това отношение. Опитът ми като телевизионен водещ на предаване ми дава основание да смятам, че именно телевизията най-много влияе и формира нагласите на зрителите, както подчертава и авторът. Развитието на телевизиите създаде нови навици у зрителите и политиците, като превърна модераторите на предавания и новини в елитна категория общественици. Неслучайно при две войни, САЩ първо провеждат мащабни медийни кампании, които печелят, а след това пристъпват към конкретни военни действия. Авторът умело анализира този процес и го извежда като присъща част от съвременната постмодерност.

Авторът въвежда в проблемите, предизвикани от рязкото преминаване от командна икономика и матрицата на социалистическия реализъм към пазарните отношения и медиен плурализъм през 90-те години. Той обвързва мениджмънта в

телевизията като социокултурна мисия и маркетингова дейност, която впрочем довежда до над 1 милиард евро оборот само през една година – тази преди кризата. Това е едната особеност. Втората е, че той извежда особеностите на управление на телевизията като мениджмънт в условия на перманентна промяна; високо повишаване на коефициентите на неизвестност и форма на управление на вкусове и нагласи. Той не се страхува да постави и въпроса за манипулацията и сугестията на определени медии, които поставят лични, партийни, политически и икономически интереси над обществените. Всичко това определя и гледната точка на неговата теза – нужно ли е специално познание на телевизионния мениджмънт като особен вид управление.

Фалитът на империята на Лео Кирх, несполуките с мениджърските решения в БНТ, силната подкрепа на американски мениджъри в управлението на bTV са доказателства за неговата теза.

Определяйки мисията, визията и възможностите за създаване на културни модели чрез програмиране на собствена и готова телевизионна продукция, той извежда ново ниво на една дейност дълго подценявана у нас като творчество и практика. „*Най-малкото което програмирането прави е, информирайки и развличайки, да създава критерии за добро и зло*”. С тази позиция извежда скритата, принадлежна стойност на телевизионната програма, която е осъзната на всички държавни и обществени нива, но дълго е премълчавана като строго пазена тайна.

Но, кой трябва да решава тези кардинални въпроси за мисията и целите на телевизионните станции? Според него изключително важна особеност в телевизионния мениджмънт е личността на генералния директор. Тя е такава, защото творчеството е субективен процес, натоварен с огромен коефициент на неизвестност и фактори, които са извън контрол. Това предполага големи очаквания, сериозни отговорности и налага въвеждането на високи критерии при избора на генерален директор, особено в национален телевизионен оператор. Ако за Европа това е нова материя, за България с нейната държавна телевизия, която си беше пропагандна машина е много сериозен въпрос. В цяла глава авторът аналитично, с внимателно въвеждане на понятия и сравнителен анализ между нашата скромна практика и чуждия опит, изгражда критерии за знания, умения и професионален опит на генералния директор на една телевизия и как би трябвало да изпълнява задълженията си. Поне според практиката на BBC. Изключително важен аспект от проблема са принципите на мениджмънт. Според автора „*влиянето е най-важният инструмент в практиката на управление на генералния директор. Все още се дискутира кое е по-важно: да се ръководи чрез декрети или да се ръководи чрез лично влияние*”. Това е много полезно като се има предвид склонността у нас да се търсят хора с авторитарен маниер на управление. Пак според автора „*По-бавно, но с по-трайни резултати и по-високо качество, се провежда промяната по пътя на убеждението чрез аргументи и личен авторитет. В този случай, особено в сложен творческо-производствен организъм, какъвто е телевизията, убеждението е най-ефективният и успешен начин, за да се постигнат стратегическите цели и задачи, поставени от управителните тела пред колектива*”. Това е полезна препоръка в нашия сложен дефицит на управленски кадри с опит и научна подготовка.

Напълно съм съгласен с изводите, че управлението на телевизията е сложен процес в който доминират субективни фактори, от които личната етика и висок морал оказват важно въздействие. Лесно можем да забележим, че в стратегически важни за обществото сфери като образование и информация тези проблеми са от първостепенно естество. Влиянието на телевизията все още не може да се измери, но последиците се виждат навсякъде. В главата, в която авторът разглежда модели които налага

телевизията, откриваме конкретни препратки с житейски ситуации. Наскоро двама малолетни бяха освободени след обвинение в убийство на клошар и извършиха второ. Както обясняват, в желанието си да подражават на филмови герои. Подкрепям авторската теза, че *„Управлението на телевизионен канал е нова за България професия. Моделът на работа в телевизионния канал на пръв поглед се подчинява на общоприетите принципи на мениджмънта, известни от началото на миналия век. В същото време спецификата на екранния продукт и сложното преплитане на производствени изисквания с творчески качества, водят до превес на субективизма при взимане на голяма част от решенията”*. Основните изводи са свързани именно с тезата за социокултурната задача на телевизията, способността ѝ да налага модели на поведение, да влияе при взимането на становище, да формира нагласи.

И съвсем закономерно точно тука намираме основните научни приноси на труда. Изведена е тезата, че *„програмирането е творчески акт, реализиращ идеята за подреждането на определени по жанр, тематика и проблеми предавания в протежението на деня, седмицата, месеца, годината. Програмният мениджмънт предлага и налага гледни точки и позиции към актуални събития, отношение към обществено-икономически и политически процеси, модели на социално поведение, представи за добро и зло, за успех и неуспех”*. И централното заключение: *„За първи път в България, на базата на анализ на управленските ситуации, които възникват ежедневно в една телевизия и техните типови характеристики, се извеждат и систематизират особеностите на телевизионния мениджмънт. Негова специфична характеристика е управление на вкусовете и предпочитанията на публиката чрез налагане на социокултурни модели на поведение. Анализирани са всички фактори, които въздействат активно върху крайния екранен продукт.”*

Оценявам темата за особеностите по които се изгражда телевизионният мениджмънт за изключително важна, актуална за българската медийна действителност. Изграждането на научни критерии за оценяване на личността на генералния директор в управлението на субективни величини е основен принос в теоретичен и практически план на труда.