

УДК 316.3-057.87+654.194

К ВОПРОСУ О МИССИИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

С. А. Говердовская-Привезенцева

Владимирский государственный университет
кафедра журналистики

Статья посвящена проблеме осмысления миссии университетского телевидения, без чего работа такого типа средств массовой информации может зайти в тупик, как это уже случалось в истории телевидения высшей школы.

Ключевые слова: университетское телевидение, миссия телевидения, определение миссии, мотивация, университетское сообщество, концепция образования, контент

«И врач, и журналист, и даже священник, при всей рутинности своей повседневной работы – а это так! – и в самом деле должны быть готовы к тем взлётам, когда профессия перестает быть профессией и становится миссией» [1, с. 66].

Университетское сообщество в XX в. мечтало иметь своё собственное телевидение, как одно из самых передовых средств массовой коммуникации. В СССР было несколько попыток в разное время организовать такое телевидение в высшей школе. Так, Постановление Совета Министров СССР № 285 от 9 апреля 1964 года «О дальнейшем улучшении высшего и среднего специального заочного и вечернего образования» обязывало «Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию организовать с участием Министерства высшего и среднего специального образования СССР систематические учебные передачи по радио и телевидению для студентов заочных и вечерних ВУЗов и средних специальных учебных заведений» [3]. Решено было начать подготовку «учебных кинофильмов для высших учебных заведений всех союзных республик», а также «разработать единую систему кинопроката учебных и научных фильмов» [3].

Северо-Западный государственный заочный технический университет совместно с Ленинградской студией телевидения сделали первый совместный проект в области образования – лекции по общенаучным и общетехническим дисциплинам. Нововведение подхватили другие вузы: в 1967 г. телевидение появилось в Уральском политехническом институте, а в 1974 г. – в Ростовском институте народного хозяйства «была запущена собственная замкнутая система учебного телевидения с возможностью вещания из центральной учебной студии» [23, с. 111].

В 1980-х гг. возникла «вторая волна» внедрения ТВ в образовательное сообщество: в 1983 г. – в Челябинском государственном университете была создана телестудия «Выраж». «Студенты не просто стали смотреть учебные фильмы, но и создавать свои» [23, с. 111]. В 1984 г. – в лётно-исследовательском

институте им. М. М. Громова (г. Жуковский Московской области), при отряде космонавтов-испытателей многоразового корабля «Буран» был сформирован отдел видеосопровождения [22]. В 1989 г. в Магнитогорском государственном педагогическом институте «была создана лаборатория учебного телевидения (видеоцентр). В основные задачи лаборатории входила съёмка общеузовских мероприятий и обеспечение учебного процесса видеоматериалами» [23, с. 111].

Попытки организации университетского ТВ имели достаточно непродолжительный успех. В силу идеологически обособленного существования СССР, при строгой информационной политике государства, вряд ли могла прийти мысль о создании ТВ в каком-либо другом виде, кроме учебного. Исключением стал лишь отдел видеосопровождения в г. Жуковском, уже за пределами вуза, начиная с 1990-х гг., он создаёт качественный телевизионный продукт. «Сегодня студия “Крылья России” – это высокопрофессиональный коллектив, состоящий из творческих работников, историков, инженеров. Оснащённая современным оборудованием, студия способна решать самые различные творческие и технические задачи» [22].

Если в СССР в попытках организовать ТВ участвовало небольшое количество институтов, то в конце XX – начале XXI вв. в каждом серьёзном вузе появилась своя телестудия: стала более доступной телевизионная техника, появились примеры работы частных телекомпаний, наконец, пал железный занавес, и лавину новой информации надо было успевать перерабатывать.

В 1997 г. появилась телестудия в Ставропольском государственном университете. В 2004 г. создана молодёжная университетская телекомпания на базе Южно-Уральского государственного университета в г. Челябинске. В 2005 г. в Новосибирске появилось студенческое телевидение нового образца, хотя там история университетского ТВ уходит корнями в 1957 год. В 2006 г. – телевизионная студия появилась в Тольяттинском госуниверситете. В 2007 г. межрегиональный учебный центр телевидения и радио возник на базе лаборатории электронных СМИ Института филологии и журналистики Саратовского государственного университета. В 2009 г. начало своё вещание университетское ТВ в Саратовском государственном медицинском университете.

На сегодня «в том или ином виде университетское телевидение существует в 31 университете России... большинство университетов (77%) для трансляции используют Интернет (IP-TV). В других случаях (27%) университетское телевидение выходит на региональных СМИ, например раз в неделю. И часть учебных заведений (20%) задействуют для вещания кабельные сети. Основной акцент любое университетское телевидение в России делает на информационные программы. В 23% случаев выходят в эфир и художественные передачи. А вот познавательные создаются только в 17% университетов» [2].

Но далеко не все проекты этой «третьей волны» смогли стать полноценными телекомпаниями. Беглый обзор сайтов университетов России радует: везде снимают, монтируют, выкладывают в Интернет информацию преимущественно о внутренних событиях. При более же внимательном просмотре материалов выясняется, что во многих вузах происходит просто игра в ТВ: неотредактированные тексты, не стремящиеся к профессиональным стандартам ведущие, отсутствие режиссуры, тематической и проблемной новизны. При этом

не каждая телеструктура именуется «Университетским телевидением» – ведь для этого требуется определённое «соответствие», тогда как «Студенческое ТВ» предполагает более вольное существование, без принятия обязательств университетского сообщества. В то же время в мире немало примеров потрясающего развития телевизионных каналов, родившихся когда-то именно в университетах.

Университетское ТВ развито в США, Китае, в странах Латинской Америки, в некоторых европейских государствах. «В Мексике такими каналами являются ТВ УНАМ и Онсе ТВ, принадлежащие двум ведущим высшим учебным заведениям страны – Национальному Автономному Университету Мексики и Национальному Политехническому Институту соответственно. Эти университетские каналы смогли превратиться в организации, предоставляющие качественный телевизионный продукт для мексиканской аудитории, получающие премии на национальных и международных конкурсах, находящиеся на высоком техническом уровне» [25].

Возникает вопрос: почему у всех телевизионных студий, открытых в наших вузах, не было подобной перспективы развития? Ответ, исходя из анализа исторической ситуации создателей вузовского ТВ 1960–1990-х гг., один: наши вузы ставили перед собой краткосрочные задачи и осуществляли их. Но не задумывались при этом над самой миссией УниверТВ.

Вопрос о необходимости сформулировать миссию телекомпании или телеканала часто представляется пустым и обременительным занятием. «Миссия» раздражает всеобъемлемостью, «библейским масштабом», и потому её предлагают заменить другими, более мягкими и понятными словосочетаниями – «социальная роль», «социальная функция». Но миссия – глубокое мировоззренческое философско-теоретическое осмысление сущности и назначения журналистской работы. Она – нравственная доминанта существования, которая необходима, чтобы определиться в мире моральных ценностей.

Определение «миссии» – непростое занятие. Для предприятий промышленно развитых стран этот раздел стратегического плана является обязательным, разрабатывается детально и обязательно включает в себя такое понятие, как социальная ответственность. Не только прибыль важна для руководителей, больше они стремятся связать функции компании с общественным благом. Слова «надо» (потребности рынка), «могу» (возможности компании) и «хочу» (ценности, принципы) надо соединить, чтобы найти достойный вариант искомой миссии [24].

«Комплексные исследования прикладной этики (В. Бакштановский, Ю. Согомонов) подтверждают, что профессия в собственном смысле слова основывается на идее служения (призвания, предназначения, миссии). Иначе мы имеем дело с родом занятий, то есть с другим явлением. В первую очередь данный вывод относится к так называемым высоким профессиям, к числу которых относится и журналистика. Прочие характеристики занимают подчиненное положение» [4, с. 59].

Для кого так важна формулировка «миссии» телекомпании? Для тех, кто в её команде. Для тех, кто не является членом этой команды, но кровно заинтересован в том, как будут идти её дела. Для всех остальных, чтобы могли представлять, чем занимается эта компания. Другими словами, миссия – это

идея определения своего места под солнцем для широкой публики и ориентации для тех, кто будет эту миссию исполнять.

Прежде чем приступить к рассмотрению «миссии» университетских телекомпаний, автор проанализировал её наличие у телеканалов «большого брата». Без какого-либо особого подхода были рассмотрены те определения, которые нашлись в поисковой системе после набора фразы «миссии телеканалов»: Страна [19], CNL [17], Спас [18], O2TV [12], OCEAN-TV [13], Футбол [20], Ebru [9], Ел Арна [8], ITV [5], Казань- Звезда [10], Боец [7], Эксперт ТВ [21], Психология [15], Первый Сыроедческий Интернет-телеканал [14], РБК [16], Наука [11], Белсат [6]. Ни один из них не представил осмысленной миссии своего существования. Главные рейтинговые каналы страны (Первый, Россия, НТВ) вообще избегают этой формулировки на главных страницах своих сайтов.

Чтобы яснее представить картину, дадим несколько наиболее типичных образцов их «миссий»:

Телеканал «Страна»: «Миссия телеканала – создание и показ фильмов и передач о России для российских зрителей, а также поддержка и продвижение молодых талантливых режиссёров, актёров, музыкантов» [19].

Телеканал CNL: «Достичь Евангелием русскоговорящее население численностью 300 миллионов человек более 100 национальностей по всему миру через спутниковое и кабельное телевидение» [17].

Телеканал «Спас»: «Формирование мировоззрения и системы нравственных координат, необходимых для развития государства на основе исконно православных ценностей. Развитие и укрепление духовно-нравственных основ российского общества» [18].

Телеканал «OCEAN-TV»: «История отношений человека и моря» [13].

Телеканал «Казань – Звезда»: «Делать качественный телевизионный продукт для тех, кому не безразлично будущее, для тех, кто считает интересы своей страны – своими интересами. Для тех, кто может и хочет победить» [10].

Телеканал «Эксперт ТВ»: «Стать информационным пространством, совершенно новым для телевизионного мира ресурсом, площадкой, на которой представители бизнеса могут выступать, обмениваться мнениями, обсуждать проблемы, находить пути их решения. У нас будет совершенно новая, объективная повестка дня. Мы обращаем внимание на те новости, которые многие пропускают, хотя они очень важны. Мы работаем для российского частного бизнеса и такой телеканал, безусловно, будет помогать его развитию» [21].

Первый Сыроедческий Интернет-телеканал: «Собрать информацию о здоровом питании, экологичной жизни, духовном просветлении, единении с природой, и всего, что делает нашу жизнь более качественной и естественной. Дать людям то, что им действительно нужно – информацию! Для чего? – Это позволит сделать всем осознанный выбор, как и чем питаться, понять, что такое здоровый образ жизни. Мы хотим, чтобы все люди обрели здоровье, понимая, что оно зависит от еды, которую мы едим» [14].

Большинство представленных миссий, как ни тяжело об этом говорить, от ремесленников: облегчённость формулировок уводит от глубинных оснований высокой актуальности проблем профессиональной этики. Уничтожает смысл профессии, низводит её до функции, отказывая ей в миссии.

Возникает закономерный вопрос: можно ли с поверхностно осмысленной, часто просто неграмотно сформулированной «миссией» претендовать на творческое развитие и долгую жизнь в эфире? «Отсутствие или неясность общепринятых представлений о миссии, которую призваны выполнять журналистика и журналисты, ведёт к разрушению профессии» [4, с. 59].

Для сравнения обратимся к крупным мировым промышленным корпорациям и посмотрим, что сказано об их «миссии» в этом мире. Например, миссия фирмы «Sony», известного производителя товаров в области электроники, звучит так: «Sony» – первопроходец, всегда устремленный в неизвестное. «Sony» никогда не пойдёт по старым следам, даже если их ещё предстоит проложить. Путём такого развития «Sony» стремится помочь человечеству» [24].

Да, можно согласиться, в стилистическую образность Востока вложена мудрость существования корпорации: стремление к совершенству, социальная значимость работы, многократность существования. Есть, наконец, рефлексия. Всего в 26 словах сформулирована миссия, связывающая всё. Возможно, именно пренебрежительная формулировка вопроса о миссии или, точнее, её отсутствие стало, в какой-то мере, препятствием для развития университетских телестудий в России на протяжении последних 50 лет.

Проблема в самом определении Универ-ТВ, мотивации его создания, намерениях создателей. Учредитель здесь не государство, а университетское сообщество, которое формулирует жизнь телекомпании, исходя из своих задач, из своей миссии, из миссии образования. Некоторые ректоры дают свободу своему телевидению, другие – строго контролируют его корпоративный дух. Один ректор будет считать Универ-ТВ лишь красивой этикеткой, оберткой, в которую он сможет «завернуть» то, что нужно ему. Другой – предоставит больше возможностей перерасти в профессиональную телекомпанию. Но изначально узко поставленные задачи являются ограничителем развития. Чтобы в очередной раз не зайти в тупик, необходимо обозначить перспективы развития, ответив на ряд принципиальных вопросов: какие задачи должно выполнять Универ-ТВ, будет это вещание – образовательное, учебное – в рамках медиапроектов или станет полноправным СМИ? Наконец, какова миссия? Определив эти позиции, можно надеяться на успех развития телевидения высшей школы. Важно также формализовать всё в конкретном документе.

Надо признать, что реформа высшего образования позволила даже опередить СМИ в определении своего места в современном изменяющемся мире. Университеты поставили перед собой вполне достойную и реальную цель – стать центром научных, культурных, общественно-политических ценностей и взять на себя формирование общественного сознания. Хочется верить, что это будет не манипулирование сознанием, а реализация накопленного понимания мироздания и существования общества. «Университет выступает, в первую очередь, как транслятор знания, обретающего ценность только при доступности широким кругам общественности» [23, с. 46]. Потому велика вероятность, что университетские телекомпании смогут разобраться с миссией, четко её определить и сформулировать гораздо раньше других СМИ.

По сути, новая концепция образования будет лежать и в основе миссии вузовского телевидения: развивать принципы гражданского общества; новые

личностные качества человека (критическое мышление, способность к диалогу, саморефлексии); социальные и моральные ценности университетского мира. Из современной журналистики почти совсем ушли темы честности, взаимной заботы, справедливости, доверия, толерантности, культурного разнообразия, лояльности – большое поле для телевизионного творчества.

Анализ ситуации показывает, что телевизионные студии университетов России, обладая техническим инструментарием, методикой обучения, уже выросли для того, чтобы генерировать все свои лучшие достижения на новой общей практической платформе и продолжать вести линию эволюции духовных ценностей, профессиональных устремлений, жизненных установок нового поколения. Особенно важно это при активно развивающейся мультимедийной среде. Изменения правил игры в условиях цифрового вещания заставляют задуматься о переходе к сетевому видеоконтенту.

Если каждая из существующих ныне университетских телекомпаний по-прежнему будет жить как отдельное маленькое СМИ, то проект «Универ-ТВ» на долгие годы так и останется лишь узко учебным или узко корпоративным. Если же телекомпании объединятся на гуманистической платформе, то это будет реальным шансом стать единым телевидением с реально звучащим голосом.

Сформулировав миссию Университетского ТВ, мы сможем получить новый ценностный пласт качественного телевизионного продукта.

Список литературы

1. Бакштановский, В. И. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок [Текст] / В. И. Бакштановский, Ю. В. Согомонов. – Тюмень : НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005, – 378 с.
2. В 31 российском ВУЗе есть своё телевидение [Электронный ресурс] : Информационный портал об образовании. – Режим доступа: http://www.sir.spbu.ru/edu/edu/studentslife/events/v_31_rossi160.shtml. – Дата обращения: 05.01.2012. – Загл. с экрана.
3. Интернет-архив законодательства СССР [Электронный ресурс] : Библиотека нормативно-правовых актов СССР. – Режим доступа: <http://www.libussr.ru/infdoc4.htm>. – Дата обращения: 15.12.2011. – Загл. с экрана.
4. Корконосенко, С. Г. Без миссии нет профессии [Текст] / С. Г. Корконосенко // Профессия – журналист: вызовы XXI века : сб. материалов междунар. науч. конф. «Журналистика 2006». – М. : Ф-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – С. 59–71.
5. Миссия телеканала «ITV» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «ITV». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.corbina.tv/news/view/1305625800>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
6. Миссия телеканала «Белсат» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Белсат». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://belarus.russiaregionpress.ru/archives/16469>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.

7. Миссия телеканала «Боец» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Боец». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.boets.ru/about>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
8. Миссия телеканала «Ел Арна» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Ел Арна». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://kinozerkalo.net>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
9. Миссия телеканала «Еbru» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Еbru». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://on-tv.ru/page/9/>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
10. Миссия телеканала «Казань-Звезда» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Казань-Звезда». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://moskovskoe.tv/teleradiokompaniya-kazan/>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
11. Миссия телеканала «Наука» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Наука». – Электрон. дан. – Режим доступа: www.naukatv.ru. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
12. Миссия телеканала «O2TV» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «O2TV». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.o2tv.ru>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
13. Миссия телеканала «OCEAN-TV» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «OCEAN-TV». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ocean-tv.su/channel.php>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
14. Миссия телеканала «Первый Сыродеческий Интернет-телеканал» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Первый Сыродеческий Интернет-телеканал». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://syroedenie.tv/>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
15. Миссия телеканала «Психология» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Психология». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.oppl.ru/tv-psihologiya-21.html>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
16. Миссия телеканала «РБК» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «РБК». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ontvline.net>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
17. Миссия телеканала «CNL» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «CNL». – Электрон. дан. – Режим доступа: http://vk.com/cnl_tv_friends. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
18. Миссия телеканала «Спас» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Спас». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.spastv.ru/history.html>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
19. Миссия телеканала «Страна» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Страна». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.stranatv.ru/about/1151/>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
20. Миссия телеканала «Футбол» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Футбол». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://satsis.org/catchanell/chanel/telekanal-futbol>. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.

21. Миссия телеканала «Эксперт ТВ» [Электронный ресурс] : Официальный сайт телеканала «Эксперт ТВ». – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.telecenter.ru/magazin/archive/n-34/text-254.html?print_version=1. – Дата обращения: 29.01.2012. – Загл. с экрана.
22. О студии [Электронный ресурс] : Официальный сайт телекомпании «Крылья России». – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://wingstv.ru/about.html>. – Дата обращения: 05.11.2011. – Загл. с экрана.
23. Сидорова, Т. И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза [Электронный ресурс] / Т. И. Сидорова // Электронный архив ЦКО УрФУ. – Режим доступа: <http://elar.usu.ru/bitstream/1234.56789/3562/1/urgu08525.pdf>. – Дата обращения: 27.09.2011. – Загл. с экрана.
24. Синявина, М. П. Разработка стратегии развития [Электронный ресурс] : [электрон. книга] / М. П. Синявина, А. Н. Бурмистров. – Режим доступа: <http://menedzhmenti.ru/page266/page333/index.html>. – Дата обращения 05.12.2011. – Загл. с экрана.
25. Тишкина, Л. В. Университетское телевидение в мировой практике: цели и функции (на примере мексиканских каналов ТВ УНАМ и Онсе ТВ) [Электронный ресурс] / Л. В. Тишкина // Науч.-практ. конф. «Журналистика в 2008 году», секция «Зарубежная журналистика». – Режим доступа: http://conf.msu.ru/archive/Lomonosov_2008/09_1.pdf. – Дата обращения: 20.01.2012. – Загл. с экрана.

TO THE MISSION OF THE UNIVERSITY TELEVISION

S. A. Goverdovskaya-Privezentseva

Vladimir State University
Journalism department

The article is devoted to the understanding of the mission of the university television, without which the work of this type of media can come to a standstill, as has happened in the history of television high school.

Keywords: *university-TV, the mission of television, uni-TV history, mission statement, motivation, academic community, the concept of education, value formation, content*

Об авторах:

ГОВЕРДОВСКАЯ-ПРИВЕЗЕНЦЕВА Светлана Александровна – заведующая кафедрой журналистики Владимирского государственного университета, e-mail: glana@vlsu.ru, 600000, г. Владимир, ул. Горького, 87.