

Igor Vobič

**Suzana Žilič Fišer: Upravljanje televizije: Javna televizija na trgu.  
Ljubljana: Založba FDV, zbirka Politični procesi in institucije, 2007.  
274 strani (ISBN 978-961-235-301-8), cena: 18 evrov**

V znanstveni monografiji *Upravljanje televizije: Javna televizija na trgu* se Suzana Žilič Fišer multidisciplinarno ukvarja s problemom, kako usklajevati kolizije interesov v upravljalnem procesu televizijske organizacije, ki »deluje v javnem interesu« in hkrati »upoštevata ekonomsko uspešnost« (str. 13). Svoje zanimanje docentka na *Fakulteti za elektrotehniko, računalništvo in informatiko Univerze v Mariboru* usmerja v britanski televizijski sistem, natančneje v specifično javno televizijsko organizacijo *Kanal 4* (angl. *Channel 4*), ki se financira izključno s prihodki iz oglaševanja in drugih komercialnih virov. V osmih poglavjih se problematike loteva s prepletanjem politoloških, komunikoloških in ekonomskih razsežnosti televizije in jih postavlja v politično, ekonomsko in kulturno specifični družbeni kontekst britanskega televizijskega sistema. Delo, ki je nastalo na podlagi doktorske disertacije, poskuša dopolnjevati razprave upravljanja (javnih) televizijskih organizacij, vendar kot bomo pokazali v nadaljevanju, se težko strinjamo z avtorico, da »je knjiga lahko dober pripomoček ne le študentom, ki spoznavajo medije, temveč vsem, ki so z medijskim delovanjem povezani kot ustvarjalci ali aktivni opazovalci medijske ponudbe« (str. 9). Monografija utegne slovenskega bralca zvesti že z naslovom, saj lahko ta pričakuje razpravo o *Radioteleviziji Slovenija*, dobi pa študijo primera britanskega posebnega iz leta 2004.

V prvih dveh poglavjih S. Žilič Fišer cilje raziskovanja, metodološko zasnovo in predmet preučevanja umešča v (globalni) televizijski sistem, ki ga v zadnjem desetletju zaznamujejo »hitre tehnološke, ekonomske in politične spremembe«, »prekrivanje med medijskimi industrijami« in »odstranitev zakonskih ovir« (str. 11). Pri tem poudarja, da dinamični medijski trg zahteva prilagajanje tržnemu liberalizmu, zato je po njenem mnenju s sodobnimi upravljaljskimi pristopi mogoče uspešno uresničevati dva konfliktna cilja javnih televizijskih organizacij: »družbeno poslanstvo« oziroma »javno poslanstvo« na eni strani in »ekonomsko uspešnost« oziroma »ekonomski interes« na drugi. Svojo tezo avtorica gradi na dihotomiji med javnimi televizijami in komercialnimi televizijami, ki jo vpenja v razlike v odgovornostih obeh vrst akterjev: prve so primarno odgovorne javnosti, druge lastnikom. V tem kontekstu tudi legitimira svoj izbor »hibridnega« *Kanala 4* in pravi, da javne televizije v Evropi lahko v njem vidijo »možen model svojega razvoja v prihodnosti« (str. 20). Za metodo je S. Žilič Fišer izbrala študijo primera, pri čemer zgolj okvirno podaja, kdaj in kako je zbirala podatke in kako jih je interpretirala. Njeni temeljni viri so »intervjuji s ključnimi osebnostmi radiodifuznega sektorja v Veliki Britaniji in na *Kanalu 4*« in »kratki intervjuji s ključnimi zaposlenimi v televizijskih organizacijah« (prav tam). Avtorica jih je zbrala na podlagi analize zakonov in drugih pravnih aktov, letnih poročil, raziskav gledanosti in razprav o britanskem televizijskem sistemu, pridobljenih med raziskovalno dejavnostjo v Veliki Britaniji leta 1997 in med letoma 2001 in 2004. Pri tem ne pojasnjuje, zakaj je izbrala posamezne dokumente, kako jih je analizirala in sintetizirala zaključke; prav tako ni razvidno, kdo so »ključni ljudje«, ki jih je intervjuvala, kdaj jih je intervjuvala, koliko intervjujev je opravila ter kako jih je strukturirala in vodila.

V tretjem poglavju avtorica teoretsko opredeljuje položaj elektronskih medijev v družbi, še posebno javne televizije. Pregled teorij množičnega komuniciranja, poglobljanje v odnos med politiko in množičnimi mediji, opredeljevanje medijske ekonomije in premisleke o konceptu »javnega interesa« izpeljuje skorajda izključno iz del Dennisa McQuaila, pri čemer jih kritično ne reflektira in ne sooča s prispevki drugih avtorjev na področju množičnega komuniciranja. Redko presežen teoretski ekskluzivizem hromi razpravo o kompleksnem in pogosto paradoksalnem pojmu »javnega interesa«, ki je inherenten del glavnega raziskovalnega cilja, kako preseči »kolizijo

interesov« znotraj javne televizijske organizacije in postaviti merila njenega upravljanja. S. Žilič Fišer koncept »javnega interesa« brez pojasnil zamenjuje z besednimi zvezami »družbeni interes«, »javno dobro«, »javno poslanstvo«, »družbeno poslanstvo« in »potrebe javnosti«, kar kaže na izostanek teoretskega premisleka o pojmi javnosti in javnega ter družbe in družbenega, katerih pomen je zgodovinsko in disciplinarno variabilen. V naslednjih poglavjih teoretska ozkost bralcu ponudi operiranje z zvezama »maksimiranje javnosti« in »ciljna javnost«, s katerima avtorica pluralizira pojem javnosti in ga pomensko zvede na agregat gledalcev, vsoto ali nekakšno srednjo vrednost, kar dejansko pomeni nasprotje javnosti, ter na konceptualni ravni (nenamerno) pogloblja idejno krizo javnega televizijskega sistema.

Dilemo, »kaj javnost želi« in »kaj javnost potrebuje«, S. Žilič Fišer vtke tudi v glavno vprašanje četrtega poglavja, kako upravljalvske prakse iz zasebnega sektorja prenesti v javno televizijsko organizacijo – po zgledu *new public managementa*, ki ga imenuje »novo upravljanje javnega sektorja« ali »novi javni menedžment« (str. 77). Avtorica v knjigi upravljanje razume kot proces, ki vključuje vse potrebne elemente za doseganje ciljev, postavljenih v poslovni politiki. Z menedžmentom se terminološko ne ukvarja in ga mestoma postavlja kot sopomenko upravljanju (str. 77, 90, 91) ter izpušča razpravo o pomenskem razlikovanju med upravljanjem in menedžmentom v slovenski politološki, sociološki in ekonomski perspektivi. Kljub temu avtorica pregledno preleti sodobne teorije upravljanja organizacije, predstavi razlike med upravljanjem javnega in zasebnega sektorja ter posebnosti upravljanja (javne) televizijske organizacije. Ob tem zaradi specifik televizijskih sistemov ter različnih vlog in položajev javnih televizij v političnih, ekonomskih in kulturnih kontekstih predlaga iskanje najustrežnejših pristopov iz treh »šol« upravljanja organizacij (klasična šola, vedenjska šola in moderni pristopi).

V poglavju *Različni televizijski sistemi* avtorica pregledno predstavlja razlike med komercialnim televizijskim sistemom v Združenih državah in evropskim dualnim sistemom ter jih vpenja v zgodovinsko perspektivo posameznih nacionalnih okvirov. Ob tem posebno pozornost namenja britanskemu televizijskemu sistemu ter razgrinja vzroke in razloge vznika in nadaljnje evolucije »hibridnega« *Kanala 4*. V naslednjem poglavju avtorica opredeljuje merila, »s katerimi lahko merimo učinke različnih upravljalvskih praks«, in se v študiji primera z njimi loti javne televizijske organizacije. V poglavju *Določanje uspešnosti medijske organizacije* tako predstavi in prepleta tradicionalna merila (število ur nacionalnih in drugih vsebin in gledanost, izvirne produkcije in ponovitev, informativnih, kulturnih, otroških in manjšinskih vsebin ter stopnja univerzalnosti in dostopnosti storitev) in ekonomska merila za ugotavljanje uspešnosti delovne izvedbe organizacije (merila tržnega deleža, merila produktivnosti, finančna merila in merila vodenja). Kompleksni odnos med sledenjem obema sklopoma meril postavi v preprosto vzročno-posledično razmerje, tudi v primeru javne televizijske organizacije: »V knjigi je poudarjena vloga ekonomskih meril ocenjevanja delovanja javnih televizij, saj le z upoštevanjem le-teh lahko javne televizije uspešno delujejo na trgu in zagotavljajo svojo vlogo in poslanstvo, ki sta jim dana ob njihovem nastanku« (str. 164). S tega izhodišča se v sedmem poglavju loteva študije primera ter upošteva politični, ekonomski, kulturni in institucionalni okvir *Kanala 4*, pri čemer ob analiziranju zbranih podatkov sprotno ne navaja virov. V sklepnem poglavju zaključuje, da je za uspešno delovanje javne televizije treba upoštevati oba cilja, »posebno družbeno poslanstvo in ekonomski pristop«, in ponuja osem »meril« za preučevanje uspešnosti »javno-komercialne televizijske organizacije«. Hkrati jih avtorica, ki je predsednica strokovne komisije *Programske vsebine medijev* ministrstva za kulturo, površin(sk)o aplicira na *Radiotelevizijo Slovenija*, čeprav predhodno poudarja nujnost hkratne poglobljene analize političnega, ekonomskega in kulturnega konteksta.

Delo *Upravljanje televizije: Javna televizija na trgu* je v času krize javnega televizijskega sistema pogumen poskus soočenja z vprašanjem vstopanja javne televizije na trg. Pri tem se osredotoča na britanski televizijski sistem in *Kanal 4*, vprašanj, ki so pomembna za slovensko strokovno in znanstveno okolje, pa se loteva zgolj površno na zadnjih straneh. Delo je pregledno organizirano in jasno razčlenjeno, toda zaradi teoretske plitkosti in raziskovalne površnosti ne

ponuja jasnega vpogleda v krizo javne televizije in zato ne prispeva prav veliko k identificiranju ključnih vprašanj v njenemu razreševanju.

Franc Trček

**Mirt Komel: Poskus nekega dotika.**

**Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, zbirka Kiosk, 2008.**

**194 strani (ISBN 978-961-235-332-2), cena: 18 evrov**

Kakorkoli nas že obrača naše življenje, o(b)staja dejstvo, da smo ujeti med dotikom spočetja, tudi v primeru t. i. umetne oploditve, in dotikom oziroma odmikom zadnjega izdihaja. Med tema skrajnima dotikoma se odvijajo naše osebne biografije, prepletene z raznovrstnimi fizičnimi dotiki, a verjetno še bolj izrazito prepletene z metaforičnimi dotiki in zlasti s številnimi prepovedmi dotikov. Delo *Poskus nekega dotika* se ukvarja s to prepogosto spregledano in v domačem, prevladujoče pozitivistično izmerljivem družboslovju pozabljeno razsežnostjo bivanja. Dotikom.

Lahko se strinjamo z Aristotelom, da je na dotiku nekaj animaličnega. To animaličnost na primer doživimo, kot to Komel dobro ponazori, ob nagnusnosti dotika s straniščno desko, ki je še topla od predhodne, sedaj že odsotne zadnjice. Hkrati nam Aristotel lepo pokaže tudi to, da se da ostale čute zvesti na metaforo dotika, dotika samega pa se seveda ne da v celoti zvesti na ostale oblike čutne zaznave. Ob tem pa je dotik nekaj, kar deluje in učinkuje, kot to misel ob pomoči Lacana izpelje avtor v prvem poglavju, v polju ekstimmnosti.

Z drugimi besedami, ljudje smo hkrati subjekti in objekti dotika(nj). Naša telesnost je sočasno dotikajoča se ter dotaknjena, in tudi če nismo privrženci Lacana, se lahko strinjamo z avtorjem, da je ravno pestrost družbenih praks (ne)dotikanja eno ključnih področij prepletanja registrov simbolnega, imaginarnega in realnega. Povedano drugače, med primarno animaličnostjo dotika in realnim dotikom, nedotikom ali celo prepovedjo dotika je velika in globoka vrzel. Ta vrzel, če se izrazimo v jeziku, razumljivem večini šol družboslovja in humanistike, je kultura. To je tudi ključna tema tega dela. Analiza kultur (ne)dotikanja.

Avtor nam prizna, da se bo ukvarjal prej s prepovedmi in metaforiko dotika, skratka prej s simbolnim in imaginarnim v zgodbi o dotikanju kot pa z realnim dotikom samim. Pri tem – čeprav seveda ne manjka številnih duhovitih primerov konkretnih dotikov in izmikov dotikom ter prefinjeno napisanih orisov številnih majhnih študij primerov (ne)dotikanj iz zakladnic tako evropocentrične kulturne produkcije kot tudi iz klasičnih antropoloških del – avtor v besedilu na konceptualni ravni krmari predvsem med Freudom in Lacanom z veliko dozo Merleauja - Pontyja, Nancyja in Derridovih branj slednjega.

Po uvodnem definiranju dotika kot nečesa ekstimmnega poskuša avtor v nadaljevanju bolj filozofske prve polovice dela – sicer konceptualno ključne – umestiti dotik kot objekt mala a. Pri uvodu v ta poskus umeščanja prizna, da na prvi pogled dotik, z izjemo začetnih zgodovinskih korakov nove psihoterapevtske prakse, s psihoanalizo nima nič skupnega. Avtor se sprašuje, ali je mogoče dotik, ki ni v celoti zvedljiv ne na subjekt ne na objekt, dodati v “seznam privilegiranih objektov a”. Ob poskusu umestitve Komel znano Merleau-Pontyjevo tezo o čutnem soobstoju teles kot predpogoju reprezentacije obrne na glavo s trditvijo, da je prav odsotnost dotika pogoj za vzpostavitev kakršnekoli reprezentacije. Pri dokazovanju svoje teze uporabi dobro znano zgodbo o Narcisu. Skozi analizo Ovidijevega podajanja te klasične zgodbe nam dokaže, da je ravno Narcisovo “asimptotično približevanje nedosegljivi točki dotika” lep primer vznika dotika kot objekta mala a.