

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Verbič

Razvojni model profesionalnih novinarskih združenj
(študija primera Društva novinarjev Slovenije)

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Verbič

Mentorica: red. prof. dr. Zinka Kolarič
Somentor: izr. prof. dr. Marko Milosavljevič

Razvojni model profesionalnih novinarskih združenj

(študija primera Društva novinarjev Slovenije)

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Razvojni model profesionalnih novinarskih združenj

(študija primera Društva novinarjev Slovenije)

V zaradi ekonomske krize in razvoja novih tehnologij močno spremenjenih razmerah na globalnem in slovenskem medijskem trgu se pojavljajo tudi nove potrebe po regulaciji, posledično pa tudi samoregulaciji novinarske profesije. Profesionalna novinarska združenja, ki imajo po svetu in pri nas dolgo tradicijo, Društvo novinarjev Slovenije več kot 110-letno, morajo zato opraviti temeljit premislek, kakšen servis bodo v novi medijski realnosti ponudile svojim članom. Doslej so bile to v največji meri klasične organizacije civilne družbe, namenjene združevanju novinarjev, zaščiti njihovih interesov napram nosilcem oblasti, opozarjanju na nespoštovanje novinarskih standardov in samoregulaciji oziroma varovanju etičnih načel. Zaradi opaznega padca kakovosti novinarskih vsebin v klasičnih medijskih družbah pa se pojavlja vprašanje, kakšna bi morala biti njihova vloga v prihodnje. V tem diplomskem delu zato orisujemo razvojni model Društva novinarjev Slovenije glede na specifične slovenskega medijskega trga in glede na razmere v slovenskem novinarstvu. Ugotavljamo, da bi moralo društvo kot profesionalno novinarsko združenje na medijski trg poseči z dodatnim naborom servisnih storitev za svoje članstvo in širšo javnost, predvsem s kakovostnimi medijskimi izobraževalnimi programi, v daljši časovni perspektivi pa tudi s produkcijo kakovostnih medijskih vsebin.

Ključne besede: novinarstvo, medijski trg, civilna družba, samoregulacija, razvojni model.

Development Model of Professional Journalist Associations

(Case Study of the Slovene Association of Journalists)

The economic crisis and development of new technologies have led to heavily changed conditions in the global and Slovene media markets. For those reasons, new regulation needs have emerged and, consequently, also new self-regulatory demands were put on the agenda of the journalistic profession. Professional associations of journalists have a long tradition worldwide and in Slovenia – the Slovene Association of Journalists has existed for more than 110 years. Therefore, they have to rethink thoroughly what kind of a service they wish to offer to their members. So far, these organizations were mostly classic civil society subjects with a mission to gather journalists, protect their interests in relation to government decision makers, point out the cases of failure to comply with journalism standards, and to self-regulate in the field of ethics. Due to a noticeable decline in the quality of journalism content in legacy media outlets, an important question arises – is the role of professional associations of journalists also to intervene in the media market in other ways, i.e. by organizing educational programs or even establishing their own quality media content production? This thesis outlines the development model of the Slovene Association of Journalists in accordance with the specificity of the Slovene media market and current condition of Slovene journalism. We found that the Association, being a professional journalist association, should intervene in the market with an additional array of services aimed at their members and the general public, especially in the form of quality media training programs, and in the long run by producing quality media contents.

Keywords: journalism, media market, civil society, self-regulation, development model.

KAZALO

UVOD.....	5
1 ZGODOVINA SLOVENSKE NOVINARSKE ORGANIZIRANOSTI.....	7
1.1 Civilna družba v Sloveniji.....	7
1.2 Zgodovina Društva novinarjev Slovenije.....	7
2 AKTUALNE RAZMERE V NOVINARSTVU.....	10
2.1 Slovenska medijska krajina.....	11
2.2 Javne zaveze za boljše medije.....	14
3 NUJNOST PRILAGODITVE DNS NA SPREMENJENE RAZMERE.....	16
3.1 Obstoječe stanje v DNS	16
3.2 Teoretični pristopi k reorganizaciji DNS	18
4 ANALIZA MNENJ ČLANOV ZA PRIHODNJI RAZVOJ DNS	23
4.1 Cilj analize, teze, raziskovalna vprašanja in metode.....	23
4.2 Analiza in interpretacija pridobljenih mnenj v spletni anketi	24
5 ORIS RAZVOJNEGA MODELA DNS.....	34
5.1 Poslanstvo	35
5.2 Organizacijska struktura in opravljanje nalog.....	36
5.3 Dejavnosti in programi.....	37
5.4 Viri financiranja	37
5.5 Predlagane faze razvoja.....	38
ZAKLJUČEK.....	40
LITERATURA.....	41
PRILOGE	44
Priloga A: Intervju z generalno sekretarko Društva novinarjev Slovenije, Špelo Stare.....	44
Priloga B: Intervju z nekdanjim predsednikom Društva novinarjev Slovenije in urednikom na časniku Večer, Matijo Stepišnikom.....	48
Priloga C: Intervju s članico upravnega odbora Društva novinarjev Slovenije ter direktorico in odgovorno urednico informativnega in športnega programa Pop TV, Tjašo Slokar.....	53
Priloga Č: Spletni vprašalnik za člane Društva novinarjev Slovenije o zadovoljstvu	55

UVOD

Z liberalizacijo medijskih trgov so se razrahljale strukture vladne medijske regulacije, kar je po eni strani pomenilo več novinarske svobode, po drugi pa se je za doseganje novinarskih standardov kakovosti pokazala potreba po novih mehanizmih, ki bi jih zagotavljali. Ena od možnih rešitev je samoregulacija medijev preko civilnodružbenih organizacij. Pri nas je to v prvi vrsti Društvo novinarjev Slovenije (DNS), ki – ob pravno-formalnih pravilih – deluje na podlagi etičnega kodeksa in si prizadeva za določanje vsaj minimalnih standardov etičnega in odgovornega poročanja. Vendar pa pogosto nima vpliva in moči, da bi dejansko uveljavljalo svoja merila v praksi, izvajalo redna preverjanja in odločilno vplivalo na oblikovanje medijskih politik. Pomen profesionalnih novinarskih združenj je v družbi izpostavljen le v primerih, ko gre nekaj hudo narobe. Ko ima medijsko poročanje tragične posledice za posameznike, kot so pokazali primeri¹ pri nas in v tujini. Medijske hiše in uredništva so takrat, ko je pogosto že prepozno, prisiljeni k (samo)refleksiji in iskanju odgovora na vprašanje, zakaj novinarji novinarskega kodeksa ne upoštevajo bolj dosledno. Tudi javnost se vendarle vsaj nekoliko predrami in začne spraševati, ali pa vsaj javno razpravljati, kaj bere, posluša in gleda, posledično pa tudi finančno podpira, kot je pokazala iniciativa Dajmo medije v medije!² Novinarje oziroma Društvo novinarjev Slovenije kot njihovo edino reprezentativno profesionalno organizacijo v državi, ki v tem trenutku združuje 931 članov, pa taka situacija postavi pred kopico dilem. Je klasično odzivanje s stališči v takšnih primerih dovolj? Ali pravna organiziranost te nevladne organizacije (torej društva) sploh dopušča kaj več?

Za visoke standarde novinarske kakovosti je ključno vprašanje profesionalizacije novinarskega poklica. Kot ugotavlja Melita Poler Kovačič (2005, 46), je za kakovostno novinarstvo velikega pomena oblikovanje profesionalne novinarske identitete, vendar so dandanes v krizi prav ključne postavke novinarske profesije, med njimi tudi etika in avtonomija. Stanovska organizacija lahko pripomore predvsem h kolektivni profesionalizaciji, se pravi premiku cele dejavnosti iz obrti v profesijo, za kar pa morajo biti izpolnjeni naslednji pogoji: izobraževanje, dejavnost za obče dobro, znanje, etični kodeks, individualna odgovornost, avtonomija in samoorganiziranost (Poler Kovačič 2005, 46–47). Prav ti pogoji se skladajo s cilji, ki si jih je Društvo novinarjev Slovenije zadalo. V

¹ Denimo primer mariborskega ravnatelja, ko so nekateri mediji leta 2014 razgalili njegov intimni odnos z eno od učiteljic na srednji šoli, kjer sta oba službovala. Ravnatelj je zaradi javnega zgražanja storil samomor. V tujini je leta 2012 odmeval samomor medicinske sestre Jacinthe Saldanha v Veliki Britaniji, žrtve radijske potegavščine, ki se je končala tako, da je bolnišnica, v kateri je delala, izdala podatke o zdravstvenem stanju članice kraljeve družine.

² Civilno-družbena akcija, uperjena proti najbolj očitnim kršiteljem etičnih norm v primeru mariborskega ravnatelja. Pozivala je predvsem k bolj odgovornemu oglaševanju oziroma umiku naročnikov oglasov iz tistih medijev, ki so v konkretnem primeru najbolj podžigali javni linč ravnatelja in učiteljice.

Javnih zavezah za boljše medije (Društvo novinarjev Slovenije 2014b) se je, skupaj s še 15 slovenskimi medijskimi hišami in uredništvu, zavezalo, da bo vzpostavilo stalni izobraževalni program za novinarje in redni »monitoring« oziroma vsebinski nadzor javnosti nad delom slovenskih medijev, hkrati pa omogočalo tudi strokovno in administrativno podporo rednim srečanjem odgovornih urednikov, podpisnikov zavez. A kmalu po podpisu so bilance društva pokazale, da vsega tega finančno ne bo zmoglo. Ugotavljamo torej, da so kljub želji po zagotavljanju standardov kakovosti in upiranju deprofesionalizaciji novinarskega poklica v konvergiranih medijih možnosti za vzpostavitev učinkovitega sistema medijske samoregulacije močno omejene.

V diplomskem delu z metodo analize obstoječih dokumentov najprej opredelimo zgodovinski okvir delovanja DNS in razmere na globalnem in slovenskem medijskem trgu. Nato s kvantitativno metodo anketnih vprašalnikov analiziramo obstoječe stanje organizacije v DNS in potrebe članstva za prihodnji razvoj, s pomočjo teoretičnih pristopov in kvalitativno metodo poglobljenih intervjujev opredelimo tudi konkretne razloge za reorganizacijo in orišemo nov razvojni model DNS. Preverjamo tezo, da mora Društvo novinarjev Slovenije nadgraditi obstoječo organizacijsko in projektno strukturo glede na spremembe na medijskem trgu in potrebe, ki iz teh sprememb izhajajo – postati mora akter stalnega izobraževalnega procesa na slovenskem medijskem trgu. Glede na finančni problem, ki je nastal že ob prvi bolj kompleksni zavezi, preverjamo tudi tezo, da mora društvo kot eden ključnih generatorjev kakovostnih medijskih vsebin sistem financiranja svojih dejavnosti nadgraditi v partnersko financiranje iz javnih in nekaterih drugih virov. Namen diplomskega dela je torej s preverjanjem tez ugotoviti, kakšne so možnosti, da se klasično organizirano stanovsko društvo s 110-letno tradicijo prilagodi sodobnim izzivom medijskega trga in spremembam v družbi. Za doseganje standardov novinarske kakovosti in s tem uspešno izpolnjevanje svojega poslanstva je to ključni pogoj uspešnega delovanja v prihodnosti.

1 ZGODOVINA SLOVENSKE NOVINARSKE ORGANIZIRANOSTI

1.1 Civilna družba v Sloveniji

Društvo novinarjev Slovenije je sestavni del organizirane slovenske civilne družbe, a kot o tem terminu ugotavljajo avtorji študije Civilna družba v Sloveniji (Rakar in drugi 2011, 17), pri nas »ni konsenza o njegovem vsesplošnem pomenu in razumevanju. Civilna družba je najpogosteje razumljena kot negacija drugega, torej označuje tisto, kar ni država ali gospodarstvo.«

Terminološki nedorečenosti navkljub lahko DNS opredelimo kot profesionalno oziroma poklicno in interesno združenje novinarjev, ki njihove interese zastopa predvsem v dialogu z državo in (medijskim) gospodarstvom. Takih profesionalnih združenj je med vsemi civilno-družbenimi organizacijami 9,5 odstotka (Rakar in drugi 2011, 19), po številu močno izstopajo športno-rekreativna (27,7 %), nekoliko več je tudi kulturno-umetniških (13,3 %) in sindikalnih (12,2 %).

Kot ugotavlja analiza (Kolarič in drugi v Rakar in drugi 2011, 20), ima slovenska družba bogato tradicijo interesnega združevanja in samoorganiziranja, saj so imele civilnodružbene organizacije v obdobju nerazvite socialne države (do konca druge svetovne vojne) pomembno vlogo pri preskrbi z javnimi dobrinami in storitvami. Po izsledkih študije naj bi bilo pred drugo svetovno vojno v Slovenij kar osem tisoč nevladnih organizacij (Kolarič in drugi v Rakar in drugi 2011, 20). Tudi zgodovina enega od predhodnikov Društva novinarjev Slovenije sega še v predvojni čas.

1.2 Zgodovina Društva novinarjev Slovenije

Civilnodružbena organiziranost slovenskih novinarjev je lani obeležila 110 let. »Kljub temu, da je začetnik slovenskega časnikarstva Valentin Vodnik že leta 1797 začel urejati Lublanske novice in da je naš prvi dnevni časopis, Slovenski narod, začel izhajati leta 1868 v Mariboru, korenine današnjega Društva novinarjev Slovenije segajo šele v leto 1905, ko je časnikar in novinar Fran Govekar 28. marca sklical ustanovni občni zbor Društva slovenskih književnikov in časnikarjev« (Belovič 2015). V času nastanka društva novinarski oziroma časnikarski poklic niti še ni bil jasno opredeljen, zato tudi povezava s književniki, je pa Govekar zato toliko bolj jasno opredelil cilje njihove samoorganiziranosti:

Od naroda samega ni pričakovati direktne pomoči, ker narod pomena in važnosti književnikov in časnikarjev večinoma niti ne spoznava. Zato pa so se slovenski književniki in časnikarji sami lotili tega dela in ustanovili so si stanovsko organizacijo, ki zna postati največje koristi ne le za interesirane osebe nego tudi za vse slovenstvo, kajti s to organizacijo bo mogoče ustvariti tiste materialne pogoje, ki so neizogibno potrebni, če naj se razvije naša književnost in naše časnikarstvo, kakor zahteva obča korist. (Stoletnica društva novinarjev 2005)

Podpredsednik novonastalega društva Miroslav Malovrh je, kot je sam zapisal dobrih 30 let kasneje v monografiji Razstava slovenskega novinarstva, njegovo organizacijo opredelil še bolj jasno, v kontekstu glavne naloge časnikarstva – obveščati javnost o važnih in zanimivih dogodkih in pojasnjevati pomen teh dogodkov v družbenem kontekstu: »Časnikarstvo je torej v dvojni zvezi z javnim mnenjem. Na eni strani daje javnemu mnenju izraza in se bori zato, da to mnenje obvelja, na drugi strani pa vpliva na javno mnenje in mu daje dostikrat tudi smer« (Malovrh v Šifrar 2003).

A društvo, ki velja za (prvega) predhodnika DNS, ni preživelo prve svetovne vojne. Leta 1918, ob razpadu Avstroogrske, je imelo le dva člana, a kljub temu so slovenski novinarji kmalu dobili novo cehovsko organizacijo, saj je z novo državo, Kraljevino Srbov, Hrvatov in Slovencev (SHS), in novo ideologijo jugoslovanstva leta 1919 nastalo tudi novo društvo – Društvo jugoslovanskih novinarjev v Ljubljani, v katerega so vstopili skoraj vsi slovenski novinarji, ne glede na svetovni nazor (Belovič 2015). Društvo se dve leti zatem združilo z ostalimi iz kraljevine. »Kljub temu, da so bili v SHS kot enakopravni priznani trije narodi in je nova ustava iz leta 1921 prinesla nominalno svobodo tiska, je uradni Beograd izvajal aktivno politiko unitarizma – poenotenja kulturnih, gospodarskih in upravno-političnih razmer v skupni državi.« (Šifrar 2003, 16) Civilnodružbene organizacije pri tem niso bile nobena izjema, zato je še istega leta nastalo Jugoslovensko novinarsko udruženje (JNU), ljubljansko se je združilo z društvi iz Zagreba, Beograda in Sarajeva, vsaka od doslej samostojnih organizacij pa je dobila status sekcije.

Kot navaja Šifrarjeva (2003), se je ljubljanska sekcija JNU nato izrazito ukvarjala s socialnimi vprašanji – kolektivno pogodbo za časnikarje, urejenimi delovnimi procesi v uredništvih, pokojninsko varnostjo – v ta namen je leta 1933 ustanovila celo pokojninski in tovariški sklad za pomoč socialno najbolj ogroženim, ves čas pa se je ukvarjala tudi z reševanjem stanovanjskih problemov svojih članov (z gradnjo stanovanjskih objektov) in celo založništvom. »Ob tem je potekal tudi napor za redefinicijo samega razumevanja novinarstva in novinarjev. Društvo si je poleg boljših socialnih razmer prizadevalo tudi za dvig ugleda svojega poklica, ki takrat niti ni bil razumljen kot takšen, temveč kot delo, ki ga opravljajo študenti ali ljudje, ki se na drugih področjih sicer ne morejo uveljaviti« (Belovič 2015). Sekcija JNU je tako s pravilnikom prvič opredelila, kdo sploh je lahko član in kako se mora obnašati – član se je moral z novinarstvom ukvarjati vsakodnevno, z dovoljenimi kratkimi presledki, a najmanj enkrat na teden; pisati je moral v eni od ključnih rubrik časopisa (politika, gospodarstvo, kultura, dnevna kronika, šport); informirati je moral javnost, vzbujati njeno zanimanje in obravnavati javna vprašanja in imeti do njih stališče (Šifrar 2003, 18-20).

Ko je se začela druga svetovna vojna, je društvena dejavnost načrtno zamrla, z osvoboditvijo pa spet zaživela. Slovenija je spet dobila samostojno novinarsko organizacijo – Slovensko časnikarsko društvo so ustanovili oktobra 1944 na takrat že osvobojenem ozemlju v Črnomlju. To društvo je drugi, mlajši in tudi neposredni predhodnik današnjega Društva novinarjev Slovenije, ki je obstoječe ime dobilo kmalu po uradnem koncu druge svetovne vojne, 15. julija 1945. V novo društvo so povabili novinarje, ki se s svojim delovanjem med okupacijo niso kompromitirali. Poleg usmeritve v postavitvev ustrezne organizacijske strukture, se je društvo še istega leta lotilo izdajati humoristični list Pavliha, kmalu pa se je spet osredotočilo tudi na vprašanja, povezana z novinarskimi standardi.

Leta 1948 se je društvo posvetilo tudi izobraževanju novinarjev, saj je časopisnim redakcijam predlagalo, naj težišče vzgoje novinarskega kadra s pomočjo štipendij prenesejo na novoustanovljeno novinarsko-diplomatsko fakulteto v Beogradu. Pozivalo pa je tudi k ustanovitvi novih dnevnih časopisov, še posebej na Primorskem. Izobraževanje je ostajalo v fokusu društva. Ob tem ni treba posebej omenjati, da so izobraževanja služila tudi ideološki vzgoji novinarjev, ki jo je zahteval novi nedemokratski režim. Društvo je imelo v tistih časih tudi ideološko komisijo. Dodati je treba, da prejšnji režim pri svobodi tiska niti na nekaterih drugih področjih ni bil veliko bolj demokratičen. Leta 1950 je društvo organiziralo posebno enoletno novinarsko šolo za strokovno vzgojo članstva, ukvarjalo pa se je tudi z decentralizacijo svoje dejavnosti izven Ljubljane. (Belovič 2015)

Takoj po vojni je društvo prodalo svoja stanovanja in s tem omogočilo investicijo v nove prostore na Vošnjakovi 8 v Ljubljani, leta 1955 je sindikalne naloge društva prevzel poseben zvezni novinarski sindikat, istega leta so začeli članom podeljevati novinarske (Tomšičeve) nagrade, med letoma 1961 in 1969 so po medijih in regijah postavljali mrežo aktivov novinarjev, leta 1965 pa je bilo društvo med najbolj dejavnimi pri ustanavljanju novinarske katedre na predhodnici današnje Fakultete za družbene vede (Belovič 2015).

2 AKTUALNE RAZMERE V NOVINARSTVU

Kot poudarja Manca Košir (2003, 46) »svobodnega, poštenega in objektivnega novinarstva ni. Ne v Sloveniji ne drugod v svetu, saj je vse troje ideal, ne realnost. Drži pa, da se temu idealu lahko bližamo ali pa smo zelo, zelo daleč stran.« Zaradi narave novinarskega dela in problematičnosti novinarstva kot profesije je zagotavljanje standardov kakovosti vedno pomenilo velik izziv, v sodobni mediatizirani družbi pa je ta dobil še nove razsežnosti.

Mednarodna zveza novinarjev (IFJ) ocenjuje, da se narava dela v medijih pomembno spreminja (Walters in drugi 2006, VI). Od preloma tisočletja se finančno stanje novičarske industrije slabša, občinstva se manjšajo, profesionalna avtoriteta, kredibilnost in avtonomija se krčijo (Broersma in Peters 2013, 1). Novinarji so ujeti med družbeno odgovornostjo in ekonomsko odvisnostjo, med profesionalnimi vrednotami in zahtevami trga, hkrati pa so postavljeni pred politične zahteve po večji družbeni odgovornosti in transparentnosti in obenem zahteve javnosti po večji odzivnosti in empatiji (Brants 2013, 20). Soočeni so z globalnimi tendencami k privatizaciji državnih oziroma javnih medijev, povečevanjem atipičnih (prekarnih, individualnih, nerednih) oblik novinarske zaposlitve (zunaj novinarskih kolektivnih pogodb), menjavo starejših, izkušenih z mladimi, neizkušenimi, cenejšimi novinarji in vse večjo koncentracijo medijskega lastništva. Vse to negativno vpliva na kakovost vsebin in lahko tudi ogrozi vlogo medijev kot »psa čuvaja« v družbi, saj obstajajo indikacije, da negotove oblike zaposlovanja novinarjev znižujejo kritično in preiskovalno poročanje, medijska koncentracija, ki dovoljuje tudi več zunanjih pritiskov, pa lahko vodi k skrb zbujajoči kulturi samocenzure v splošnoinformativnih medijih (Walters in drugi 2006, VI). Mednarodna zveza novinarjev v svojem poročilu (Walters in drugi 2006) še ugotavlja, da navedeni razlogi marsikje vodijo tudi v zniževanje etičnih standardov pri poročanju ali pa celo v medijsko korupcijo.

V takih pogojih je še posebej na preizkušnji novinarska profesionalnost. Novinarji svoj poklic definirajo z opiranjem na tradicionalne vrednote, kar jih loči od ostalih sporočevalcev v medijih, a so hkrati tudi nezmožni upoštevati te visoke standarde zaradi pritiskov, s katerimi so soočeni (Witschge 2013, 161). Čeprav še vedno obstaja močno zavedanje o novinarstvu kot poklicu (Witschge 2013), lahko govorimo o krizi novinarske odgovornosti, ki se kaže kot kriza avtonomije in kriza novinarske etike (Poler Kovačič 2005). Za vzpostavljanje profesionalne novinarske identitete so ključni pogoji, naštetih v uvodu diplomskega dela, med njimi tudi samoorganiziranost, etični kodeks in izobraževanje, kar naj bi vse zagotavljalo Društvo novinarjev Slovenije, hkrati pa naj bi se zavzemalo tudi za avtonomijo profesije in individualno odgovornost njenih članov. Vendar pa je zagotavljanje novinarske kakovosti v Sloveniji oteženo zaradi pomanjkljive novinarske

infrastrukture, ugotavlja Erjavčeva (1999, 157), ta problem pa, med drugim, izhaja iz več dejavnikov:

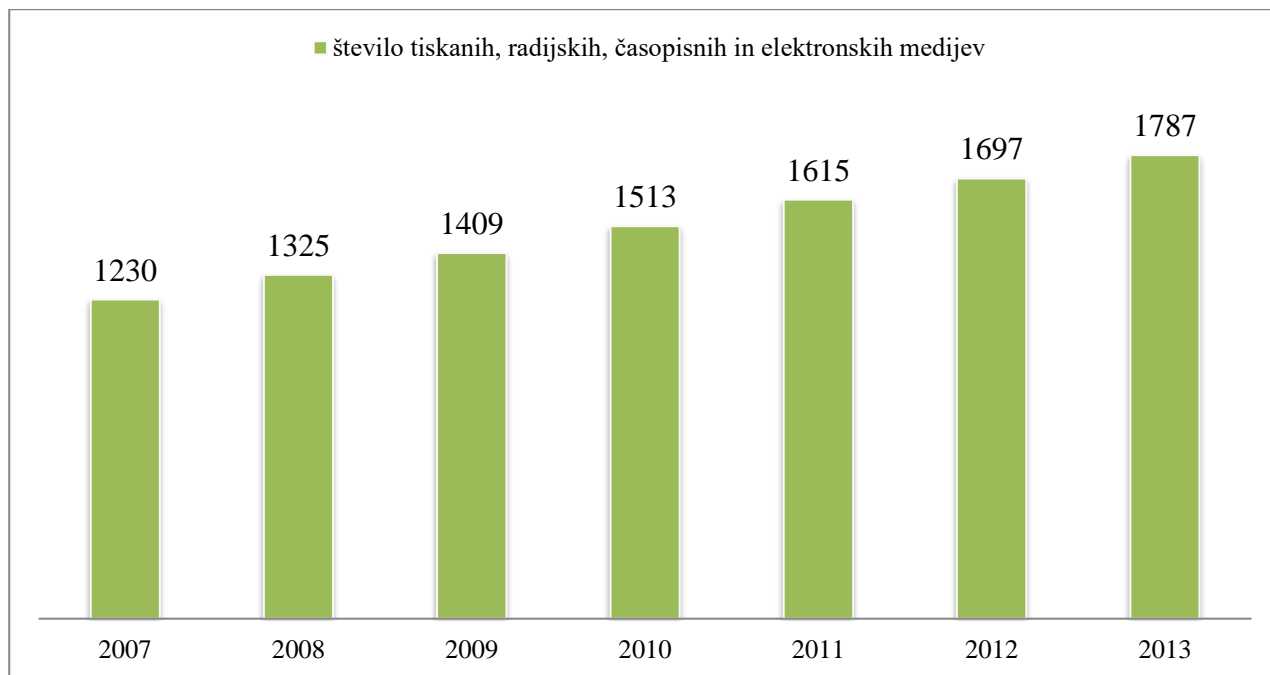
- preveliko nasprotje med etičnimi zahtevami in njihovim dejanskim spoštovanjem
- zakonska neurejenost zahtevane formalne izobrazbe novinarjev
- eno najslabše urejenih dopolnilnih novinarskih izobraževanj v Evropi
- odsotnost institucionalnih pristopov k načrtovanju in razvoju medijske pokrajine (urad za medijsko politiko, medijski ombudsman, stalni nadzor medijske kakovosti in stanja medijev v državi, uvedba predmeta Vzgoja za medije v osnovnih in srednjih šolah, organizacija posebnih seminarjev, delavnic, okroglih miz za občinstvo, ustanovitev združenja medijskih porabnikov)
- odstotnost uredniških kodeksov in novinarske kritike (medijska kritika medijev) (Erjavc 1999, 157)

Zavedanje strukturne problematike lahko pomaga pri oblikovanju kratkoročnih in dolgoročnih ciljev, ki bi stanje lahko izboljšali. Za kakovostno in profesionalno novinarstvo ni rešitev niti vladna regulacija niti popolna deregulacija medijskega trga. Poleg državnega instrumenta medijske zakonodaje je lahko alternativni pristop ustanovitev pravno podprtih regulativnih teles, ki delujejo na podlagi statutov (Sanders 2003, 140). Ta lahko podpirajo kodekse delovanja kot obliko samoregulacije, ki kaže na »kolektivno javno zavezanost določenim etičnim načelom in standardom« (Belsey in Chadwick v Sanders 2003, 141). Vendar pa, kot opozarja Sanders (prav tam), obstaja skepticizem glede učinkovitosti samih kodeksov. Za zagotavljanje standardov novinarske kakovosti je torej potrebno dodatno prizadevanje, ki ga lahko zagotovijo prav civilnodružbene organizacije, ki s samoregulacijo novinarske profesije zagotavljajo vsaj minimalne standarde delovanja, hkrati pa aktivno spodbujajo dodatne izobraževalne in nadzorne dejavnosti, ki omogočajo višanje profesionalnih standardov. Rešitve za trend zniževanja standardov in deprofesionalizacije novinarstva lahko torej prispevajo profesionalne civilnodružbene organizacije, takšne kot je Društvo novinarjev Slovenije.

2.1 Slovenska medijska krajina

Po podatkih Ministrstva za kulturo (2014, 9) je bilo v Sloveniji leta 2013 1.844 medijev. Toliko jih je bilo namreč vpisanih v uradnih evidencah. Za primerjavo lahko navedemo, da je bilo v letih, ko je Slovenija beležila najboljše makroekonomske rezultate, v razvid vpisanih 1.356 (leta 2007) oziroma 1.399 (leta 2008) medijev. Trend rasti števila medijev (glej tabelo 3.1) se je nadaljeval vse do danes.

Tabela 2.1: Mediji, vpisani v razvid medijev pri Ministrstvu za kulturo, po letih



Uradni podatki o številu nam torej pri orisu trenutnih (finančnih, posledično pa tudi kakovostnih) razmer v slovenskih medijih ne morejo veliko pomagati, saj je zakonska definicija medija v državi preširoka, da bi avtomatično pomenila tudi vključitev novinarskega dela:

(1) Mediji po tem zakonu so časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike, na način, ki je dostopen javnosti.

(2) Programske vsebine po tem zakonu so informacije vseh vrst (vesti, mnenja, obvestila, sporočila ter druge informacije) in avtorska dela, ki se razširjajo prek medijev z namenom obveščanja, zadovoljevanja kulturnih, izobraževalnih in drugih potreb javnosti ter množičnega komuniciranja.

(3) Mediji niso bilteni, katalogi ali drugi nosilci objavljanja informacij, ki so namenjeni izključno oglaševanju, poslovnemu komuniciranju, izobraževalnemu procesu ali notranjemu delu gospodarskih družb, zavodov in ustanov, društev, političnih strank, cerkvenih in drugih organizacij, šolska glasila, Uradni list Republike Slovenije, uradna glasila lokalnih skupnosti in druge uradne objave, plakati, letaki, prospekti in transparenti, ter video strani brez žive slike (neplačana obvestila), razen če je s tem zakonom določeno drugače. (Zakon o medijih, 2. člen)

Ugotovitvam IFJ, na katere se medijski akterji pogosto sklicujejo v javnih razpravah o stanju slovenskih medijev in novinarstva, pritrjujejo podatki o številu zaposlenih novinarjev. V zadnjem

»nekriznem« letu, torej leta 2008, je bilo po statističnih evidencah (Ministrstvo za kulturo 2014, 12) po vseh dejavnostih zaposlenih 2.285 novinarjev, leta 2012 pa 2.170. Še bolj zgovorni so podatki o številu samostojnih novinarjev, torej takih, ki si na podlagi samostojnega statusa sami obračunavajo prispevke za socialno varnost. Leta 2010 jih je bilo v razvid samostojnih novinarjev (Ministrstvo za kulturo 2014, 71) vpisanih 393, leta 2012 pa le še 284. Padec je ministrstvo, ki se je pri tem naslonilo na ugotovitve novinarskih organizacij, pripisalo predvsem dejstvu, da se novinarji vse bolj odločajo za status samostojnega podjetnika, ker lahko v okviru tega statusa, prav zaradi negotovih medijskih razmer, opravljajo tudi delo v drugih dejavnostih na trgu. Takšna praksa pa lahko vodi prav v posledice, na katere opozarja IFJ.

Ob upoštevanju kompleksnosti ekonomske situacije na trgu novinarske delovne sile je še bolj zapleteno ugotavljanje števila novinarjev brez osnovnih delavskih pravic in socialne varnosti. Ker je o rednih honorarnih sodelavcih medijev, takih, ki torej nimajo statusa samozaposlenega, nemogoče pridobiti dovolj natančne podatke, so na voljo le ocene novinarskih organizacij. Bilo naj bi jih okoli sto, a tudi njihov položaj v zadnjem letu zaradi bolj temeljitih inšpekcijskih nadzorov ponekod urejajo v skladu z zakonskimi določili. Se je pa že pred tem število rednih honorarnih sodelavcev v slovenskih medijih močno zmanjšalo na račun zniževanja stroškov dela. Močan je bil tudi pritisk nanje, da si uredijo status samozaposlenega, kar pa je bil tudi eden od razlogov za inšpekcijske intervence v medijskih hišah v zadnjem letu. Vse težnje k samozaposlovanju (ne pa tudi zaposlitvi) so medijske hiše izvajale predvsem zaradi davčno vse manj privlačnih avtorskih in podjemnih pogodb. (Ministrstvo za kulturo 2014, 70)

»Ni čudno torej, da danes vse pogosteje slišimo zahtevo po ‘tehnološko-družbeni revoluciji’ medijev ali ‘radikalni reformi medijev’, pa tudi obtožbo, da so danes slovenski novinarji vse manj ‘kričeči psi čuvaji’ in vse bolj ‘prikupni psički politike in kapitala’. V vse večjem delu pa so predvsem vse bolj prekarci«, ugotavlja Ženja Leiler Kos, nekdanja direktorica Direktorata za medije (Ministrstvo za kulturo 2014, 5). Stanje pripisuje polarizaciji medijev, predvsem pa ideološki, statusni in generacijski razklanosti novinarjev. Slednja je sicer še posebej vidna tudi v delovanju DNS, saj gre za starejšo generacijo novinarjev, ki ima večinoma zagotovljene še socialno varne oblike zaposlitve, in mlajšo, ki je precej pogosteje podvržena prekarnim oblikam dela. To sicer ni slovenska posebnost, saj so prekarnost in z njo povezana vprašanja globalni problem. Je pa pri nas, ugotavlja Leiler Kosova (Ministrstvo za kulturo 2014, 5), heterogenost medijev in posledično novinarjev bolj povezana s politično, ne pa družbeno heterogenostjo, kar pa je bistvena razlika s tujino:

Ker pa se na Slovenskem prej kot s politično heterogenostjo srečujemo s politično bipolarnostjo, smo soočeni tudi s politično vsiljenim, a danes tudi prevladujočim razumevanjem 'normalne' medijske krajine kot vsebinsko oziroma politično črno-bele krajine. Za ali proti krajine. Naše ali vaše krajine. Posledica posameznih 'žargonov pravšnjosti' in 'spontanih ideologij' je zato žal tudi pomanjkanje solidarnosti znotraj novinarskega ceha. Najprej med t. i. levimi in t. i. desnimi mediji, potem med tistimi z zaposlitvami za nedoločen čas, pogodbeno zaposlenimi in prekarci ter vse bolj tudi med različnimi generacijami novinarjev. (Ministrstvo za kulturo 2014, 5)

Glede na globalne spremembe v medijski industriji, ki sta jih povzročila zadnja ekonomska kriza in tehnološki razvoj, predvsem pa glede na dejstvo, da številni izzivi, ki sta jih odprla, tudi na globalni ravni še niso rešeni, opisana razmerja slovensko medijsko krajino še dodatno obtežujejo, da se ne razvija dovolj hitro. Mediji in z njimi novinarji tako ne glede na družbeno moč, ki jo imajo, postajajo vse manj pomemben pa tudi verodostojen del slovenske družbe, še ugotavlja Leiler Kosova (Ministrstvo za kulturo 2014, 6): »Kompleksnost slovenskega medijskega prostora, njegova zgodovinska prtljaga, netransparentno lastništvo, monopoli in strukturne težave niso nerešljivi problemi. Zahtevali pa bodo veliko napora tako samih medijev, sposobnost samoomejevanja političnih interesov in kritično maso medijskih potrošnikov.«

2.2 Javne zaveze za boljše medije

Uvodoma omenjeni mariborski primer je slovenske medije in novinarstvo postavil pred verjetno najhujši napad kritike javnosti doslej. Sicer pa ugotovitve o padcu ugleda medijev iz prejšnjega podpoglavja potrjujejo tudi izsledki javnomnenjske raziskave Politbarometer. Po zadnji dostopni raziskavi (Center za raziskovanje javnega mnenja 2014, 14) slovenskim medijem (sploh) ne zaupa 31, (povsem) zaupa pa le še 28 odstotkov vprašanih. Pred nastopom krize je bilo nezaupljivih le 22, zaupljivih pa 35 odstotkov vprašanih (Center za raziskovanje javnega mnenja 2007, 17).

Slovenski mediji (programi RTV Slovenija, programi Pro Plusa, Delo, Dnevnik, Večer, Mladina, Žurnal24, programi Infonet Media, Radio Študent) so kmalu po mariborskem dogodku, skupaj z Društvom novinarjev Slovenije in Novinarskim častnim razsodiščem, javno podpisali zaveze za boljše medije, v njih pa javnosti obljubili:

- 1. Podpisniki bomo dosledno spoštovali Kodeks novinarjev Slovenije in razsodbe oziroma stališča Novinarskega častnega razsodišča (skupnega organa Društva novinarjev Slovenije in Sindikata novinarjev Slovenije). Uredništva, ki jih vodimo, bodo razsodbe oziroma stališča NČR objavljala.*

2. *Odgovorni uredniki medijev in uredništev se bomo od leta 2015 dalje redno (vsaj trikrat letno) srečevali na sestankih »uredniškega foruma« in razpravljali o profesionalnih in etičnih dilemah ter drugih problemih slovenskih medijev. Strokovno in administrativno podporo bo forumu, ki bo neodvisen posvetovalni forum, omogočilo Društvo novinarjev Slovenije. Po vsakem sestanku bomo odgovorni uredniki javnosti, če bo to potrebno, podali nove zaveze in jih vselej tudi javno objavili.*
3. *Društvo novinarjev Slovenije bo na podlagi prakse festivala Naprej/Forward, ki se je izkazala za uspešno, izobraževalne programe za ustvarjalce medijskih vsebin razširilo na vse leto, oblikovalo pa jih bo glede na potrebe slovenskih medijev oziroma uredništev, ki jih bodo ta sproti sporočala oziroma izpostavila na sestankih »uredniškega foruma«.*
4. *Društvo novinarjev Slovenije in Novinarsko častno razodišče bosta v enem mesecu po podpisu oblikovala podporno skupino strokovnjakov, ki bodo slovenskim novinarjem in urednikom na voljo za strokovno podporo pri poročanju, pri katerem se s pravico do izražanja srečajo ostale ustavno zagotovljene pravice.*
5. *Društvo novinarjev Slovenije bo v okviru projekta Medijsko ogledalo, na svojem spletnem mestu novinar.com izvajalo redni »monitoring« medijskih praks in tako preko relevantnih javnosti zbiralo predloge za okrepitev zavezništva javnosti in medijev.*
6. *Odgovorni uredniki medijev in uredništev ter Društvo novinarjev Slovenije bomo od uprav medijskih hiš in javnih institucij zahtevali sredstva za redno, nemoteno delovanje zastavljenih projektov. K podpisu javnih zavez bomo pozvali tudi uprave medijev. (Javne zaveze za boljše medije, 18. december 2014)*

Društvo novinarjev Slovenije se je torej v imenu slovenskih novinarjev, oziroma vsaj tistih, ki so člani društva, zavezalo, da bo z izobraževalnimi in programi nadzora javnosti nad medijskimi vsebinami ter nadaljevanjem in strokovno okrepitevijo samoregulativnih praks (Novinarsko častno razodišče) prispevalo k izboljšanju ugleda novinarjev in medijev v javnosti. S tem lahko namreč civilnodružbena organizacija z omejeno močjo in vplivom izpolnjuje svoje poslanstvo.

3 NUJNOST PRILAGODITVE DNS NA SPREMENJENE RAZMERE

3.1 Obstoječe stanje v DNS

Društvo novinarjev Slovenije je vpisano v obstoječi register društev (Ministrstvo za notranje zadeve 2015, 14. januar) od 3. decembra 1976. Po statutu (Društvo novinarjev Slovenije 2006, 2. člen) je pravna oseba zasebnega prava ter formalni naslednik Društva slovenskih književnikov in časnikarjev, ustanovljenega 28. marca 1905 v Ljubljani, in Slovenskega časnikarskega društva, ustanovljenega 22. oktobra 1944 v Črnomlju (Društvo novinarjev Slovenije 2006, preambula). Društvo je tudi edina strokovna registrirana organizacija novinarjev v državi, ki lahko podeljuje predhodno mnenje za pridobitev statusa samostojnega novinarja pri Ministrstvu za kulturo Republike Slovenije. Drugih javnih pooblastil nima, prav tako nima statusa organizacije v javnem interesu.

Najvišji organ DNS (Statut Društva novinarjev Slovenije 2006) je skupščina, ki jo sestavljajo vsi člani. Sestaja se enkrat letno, volilna skupščina pa vsaka štiri leta. Voli predsednika DNS, upravni in nadzorni odbor ter del članov Novinarskega častnega razsodišča, samoregulatornega organa, ki ga je soustanovil tudi Sindikat novinarjev Slovenije. Po medijskih hišah in regijah lahko člani DNS organizirajo tudi aktivne za lažje in bolj koordinirano delovanje članstva na lokalnih oziroma ravnih medijskih hiš. Predsedniki aktivov, upravni odbor in predsednik sestavljajo svet DNS, ki se občasno sestaja in razpravlja o konkretnih problemih novinarjev v posameznih medijskih hišah oziroma v posameznih regijah.

DNS ima zaposleno generalno sekretarko, ki je vodja strokovne službe in skrbi za podporo vsem stalnim programom DNS, za določen čas pa tudi programsko asistentko, ki skrbi za organizacijsko-poslovne zadeve društva in produkcijo dogodkov posameznih projektov.

S stališča samoregulacije in javne percepcije novinarskega poklica najpomembnejši organ je Novinarsko častno razsodišče, ki je skupni organ DNS in Sindikata novinarjev Slovenije. Šteje enajst članov, dva sta predstavnika javnosti, devet pa predstavnikov iz vrst novinarstva. NČR, poudarja generalna sekretarka DNS Špela Stare (2016), kontinuirano deluje že več kot 50 let in je »organ samoregulacije, ki na podlagi pritožb ugotavlja ali so novinarji v konkretnih primerih kršili Kodeks novinarjev Slovenije. NČR pa se med drugim aktivno vključuje tudi v pripravo smernic in priporočil za novinarsko poročanje v skladu z etiko in standardi tudi na ožjih občutljivih področjih, kot so v zadnjih dveh letih samomori, poročanje o drogah in poročanje o otrocih.« (Stare 2016)

Stalni programi DNS so:

- svetovanje za novinarje, ki delajo v prekarnih oblikah dela
- opozarjanje na probleme pri zakonodaji, ki se tiče svobode medijev in novinarstva ter sodelovanje pri izboljšavah
- vzpostavitev mehanizma za uveljavljanje pravic novinarjev iz klipinga
- uredniški svet – občasni forum za dialog DNS z odgovornimi uredniki slovenskih medijev
- izbor in podeljevanje letnih nagrad s področja novinarstva čuvaj/Watchdog
- letni festival kakovostnih novinarskih vsebin Naprej/Forward
- sprotno odzivanje na aktualno dogajanje v slovenskih medijih in (po potrebi) priprava debat, delavnic in predavanj glede na sprotne potrebe (Stare 2016)

V DNS je po zadnjih dostopnih podatkih generalne sekretarke Špele Stare s konca leta 2015 (intervju, 4. januar 2016) včlanjenih 931 članov. Dobra polovica je zaposlena za nedoločen čas, petina je zaposlenih prek različnih vrst pogodb, petina pa je upokojenih novinarjev. Več kot polovica članov DNS živi in dela v Ljubljani ali širši okolici. Večina članstva je starega med 41 in 60 let. A članstvo v DNS vsako leto, kljub novim včlanitvam mlajših članov, pada. Člani največkrat nehajo plačevati članarino, zato jih DNS po enem letu izbriše iz članstva. Tisti, ki iz DNS izstopijo formalno to največkrat storijo iz finančnih razlogov (izguba dela, znižanje honorarja, brezposelnost, porodniški dopust, tožba za redno delovno razmerje).

Nekaj izstopov vsako leto pa je povezano tudi z dejavnostjo društva, občasno protestno izstopijo člani, pri katerih je NČR ugotovilo kršitev kodeksa, ki niso zadovoljni z odločitvami porote za novinarske nagrade ali določenih stališčem predsednika ali upravnega odbora društva. Nekaj je tudi izstopov, pri katerih člani menijo, da dejavnosti društva nimajo pravega učinka, zato se jim plačevanje članarine ne zdi smiselno. (Stare 2016)

Kot poudarja nekdanji predsednik DNS Matija Stepišnik (2016), ki je še vedno član upravnega odbora DNS, se bodo morali novinarji odločiti, »ali želijo novinarsko organizacijo, ki se bo dobila enkrat letno na podelitvi nagrad in zabavi ali pa polnokrvno, vse bolj potentno, aktivno DNS, za katero bodo pripravljene ne le plačevati članarino, ampak se v njeno delo tudi aktivneje vključiti.« Stepišnik v intervjuju sicer priznava, da »njene pozicije, moči ne določa le številčnost članstva, ampak seveda tudi njegova aktivnost, angažiranost, kritičnost, prisotnost, če hočete tudi glasnost in pojavnost. Aktivnega jedra DNS mi ni uspelo razširiti dovolj, čeprav se je v pomembni meri kreativna in akcijska ekipa nastala okoli festivala Naprej/Forward, ki so ga starejši novinarji vse preveč ignorirali, očitno prepričani, da vedo vse ali pa vsaj dovolj.« (Stepišnik 2016)

Članica upravnega odbora DNS (že drugi mandat), sicer pa tudi direktorica in odgovorna urednica informativnega programa Pop TV, Tjaša Slokar Kos na vlogo DNS gleda skozi dve vlogi. Kot članica organa DNS je v aktivistični vlogi, kot vodilni kader v družbi Pro Plus pa tudi v vlogi sooblikovalke medijske industrije v državi. DNS vidi kot »vezivo med različnimi mediji, interesi, skupinami, z enim samim ciljem: da je platforma za neodvisno, pokončno, resnicoljubno novinarstvo. Čuvaj. Organizacija, ki zaščiti slehernega novinarja, ki mu kdorkoli skuša onemogočiti, da pošteno, zavzeto in brezkompromisno opravlja svoj poklic.« (Slokar Kos 2016) Glede na dolgoletne uredniške izkušnje, trenutni položaj kakovostnega novinarstva in novinarjev na trgu, Slokarjeva meni, da »ni več dovolj biti samo stanovska organizacija, ki opozarja in sicer ščiti, ampak tudi spreminja medijsko krajino, spreminja medijske prakse, nudi tudi vsebinsko podporo novinarjem. Z lastnim raziskovalnim in izobraževalnim centrom.« (Slokar Kos 2016)

3.2 Teoretični pristopi k reorganizaciji DNS

Helmut K. Anheier (2005, 132-133) navaja šest poglavitnih teorij pri razumevanju, kot ga imenuje, tretjega sektorja:

1. teorija heterogenosti – teorija javnega dobrega oziroma neuspeha vladnega sektorja: zaradi nezadovoljstva javnosti nad rešitvami države oziroma vlade se poveča potreba po ponudnikih iz nevladnega sektorja; glavna prednost takšne teorije je, da neprofitne organizacije lažje »zapolnijo luknje« v sistemu kot sistem sami, glavna slabost pa, da tak pristop ustvari stalni konflikt med vladnimi in nevladnimi organizacijami
2. teorija ponudbe oziroma podjetniška teorija: neprofitne organizacije so odsev najrazličnejšega povpraševanja na trgu in prizadevanj podjetnikov po maksimizaciji nedenarnih odnosov; glavna prednost teorije je ustvarjanje tesnega stika med realnim oziroma storitvenim in neprofitnim sektorjem, glavna slabost pa, da (lahko) organizacije po tej teoriji vključujejo preveč vrednostnih okvirov in s tem izključijo del ciljne skupine
3. teorija zaupanja oziroma teorija pogodbenega ali tržnega neuspeha: zaradi omejene distribucije storitev na trgu postanejo neprofitne organizacije bolj zaupanja vredne, sploh v pogojih »informatijske asimetrije«, ki podražijo nadzor nad temi organizacijami in njihovim morebitnim zaslužkarstvom; glavna prednost tega pristopa je, da je osredotočen na stran ponudnikov storitev ali dobrin in skuša razložiti izbiro med neprofitnim in profitnim delovanjem, glavni slabosti pristopa pa sta, da lahko vlade nanj odgovorijo z regulacijo, predvsem pa, da lahko preveč pomeša profitno in neprofitno – da torej neprofitna organizacija postane le krinka profitnega delovanja

4. deležniška teorija: glede na pričakovano »informatijsko asimetrijo« med ponudnikom in prejemnikom storitve ali dobrine se v proces vključijo različni deležniki, ki izvajajo nadzor nad procesom; glavna prednost tega pristopa je, da v odnos organizacija – prejemnik uvede še tretjo stran, glavna slabost pa, da takšen nadzor ni nujno pozitiven pri vseh oblikah neprofitnih organizacij, predvsem pri bolj konvencionalnih je lahko vprašljiv
5. teorija neodvisnosti oziroma neuspeh prostovoljstva ali teorija tretje stranke: zaradi nižjih obratovalnih stroškov so neprofitne organizacije bolj učinkovite pri zagotavljanju javnih dobrin kot vladne organizacije, hkrati pa zaradi (razumljivih) pomanjkljivosti prostovoljnega dela sčasoma razvijejo sinergijske odnose z javnim sektorjem; dobra stran tega pristopa je, da se odmika od tekmovalnosti med vladnim in neprofitnim sektorjem in vzpostavlja javno-zasebno partnerstvo, slaba stran pa, da ne uspe izluščiti jasnih pogojev, kdaj so taka partnerstva uspešna in v kakšnih primerih se takšne sinergije sploh lahko razvijejo
6. teorija družbenega izvora: velikost in struktura neprofitnega sektorja sta odraz njegove vgrajenosti oziroma umeščenosti v zapleteno strukturo odnosov, razredov in tipov vladajočega režima; ta pogled na neprofitne organizacije se odmika od mikroekonomskih kazalcev, zato ga je tudi težko meriti oziroma preveriti njegovo učinkovitost

Ne glede na teoretski pristop, ki ga uporabimo, pa morajo imeti neprofitne organizacije »uravnane bilance, da so torej njihovi prihodki in izdatki sčasoma uravnani. Seveda imajo lahko v posamičnih letih izgube in dobičke, a v daljših obdobjih morajo biti oboji v mejah razuma.« A kot še poudarja Anheier (2005, 140), so, tako kot podjetja, »tudi neprofitne organizacije zasebne iniciative, ki temeljijo na sodelovanju in prispevkih državljanov«, njihovi cilji pa so po drugi strani podobni vladnim: »niso namenjeni ozkim skupinam, ampak širši javnosti, služijo torej javnemu interesu in ne zasebnim«.

V predstavljenih teorijah so navedeni predvsem ekonomski razlogi za obstoj in delovanje neprofitnih organizacij, obstaja pa jih, kot povzemajo slovenske avtorice (Kolarič in drugi 2002), še nekaj:

- politološki: avtorice v tem kontekstu neprofitne organizacije vidijo predvsem »z vidika njihovih makropolitčnih funkcij, to je njihove intermediativne vloge« (Kolarič in drugi 2002, 39); takšne organizacije so v tem pogledu pomembne predvsem zaradi pluralnosti družbenih skupin

- socialno-psihološki: avtorice s pomočjo tujih raziskovalcev neprofitne organizacije v tem kontekstu povezujejo predvsem s primarno povezanostjo in privrženostjo skupini ali skupnosti, z altruizmom, a tudi z egoizmom, saj da sta po Benjaminu Gidronu enako pomembna faktorja za volontersko akcijo
- sociološki: avtorice ugotavljajo, da ostali teoretski pristopi oziroma pogledi neprofitnim organizacijam večinoma pripisujejo le eno vlogo, druge pa prezrejo oziroma »nikakor ne morejo pojasniti empirično ugotovljenega dejstva, da imajo zasebne neprofitno-volonterske organizacije v enih družbah pretežno eno vlogo, v drugih pa drugo. Še več, predstavljeni teoretski pristopi ne morejo odgovoriti na vprašanje, zakaj so zasebne neprofitno-volonterske organizacije v enih družbah bolj razvite/višje profesionalizirane kakor v drugih, zakaj temelji ta profesionalnost v različnih družbah na različnih dominantnih virih financiranja in zakaj so zasebne neprofitno-volonterske organizacije v različnih sodobnih družbah dejavne na različnih področjih?« (Kolarič in drugi 2002, 54). Avtorice nato, glede na različne sisteme blaginje v družbah, razvijejo različne sisteme organizacij, ob koncu pa svoje ugotovitve strnejo v sklepu, »da imajo zasebne neprofitno-volonterske organizacije v sodobnih razvitih družbah najmanj pet različnih vlog« (Kolarič in drugi 2002, 67)

Glede na ugotovitve avtorice pet vlog povzemajo takole:

- *v družbah z liberalnim sistemom blaginje producirajo oziroma zagotavljajo predvsem zdravstvene in izobraževalne storitve za prodajo na kvazitrgih;*
- *v družbah s konservativno-korporativističnim sistemom producirajo predvsem socialno-varstvene storitve »za državo«;*
- *v družbah s socialno-demokratskim sistemom blaginje posredujejo v smeri proti državi in njenim organizacijam »glas« tihih posameznikov in skupin, katerih potrebe ostajajo nezadovoljene;*
- *v družbah s katoliškim sistemom blaginje zagotavljajo legitimiteto katoliški cerkvi;*
- *in, končno, v nekdanjih socialističnih družbah so predvsem podpirale potencialne in sposobnost neformalnih socialnih mrež, da skrbijo za svoje člane. (Kolarič in drugi 2002, 67)*

Iz teh vlog je tako možno izpeljati tudi pet različnih stopenj razvitosti oziroma profesionaliziranosti neprofitno-volonterskih organizacij v posameznih družbah, predvsem glede na vire financiranja:

- *v družbah z liberalnim sistemom blaginje so to komercialni viri;*
- *v družbah s konservativno-korporativističnim sistemom blaginje so to javni viri;*
- *v družbah s socialno-demokratskim sistemom blaginje so to članarine, pa tudi drugi viri;*

- v družbah s katoliškim sistemom blaginje je to kombinacija komercialnih virov in zasebnih donacij;
- in v nekdanjih socialističnih družbah so bile to članarine pa tudi sponzorska sredstva podjetij. (Kolarič in drugi 2002)

Preden opravimo analizo mnenj članov in orišemo spremenjeno organizacijsko strukturo DNS si moramo, kot predlaga Anheier (2005, 141), odgovoriti na tri sklope vprašanj:

1. Kakšen je odnos med organizacijsko strukturo in delitvijo nalog? Mora biti organizacija centralizirana ali decentralizirana, vodena demokratsko ali »od zgoraj navzdol«? Je treba več pozornosti nameniti vprašanju kapitala oziroma financiranja ali dela samega? Kolikšna mora biti stopnja participacije članstva glede na naloge organizacije?
2. Kako racionalne so organizacije? Organizacije so orodja za doseganje specifičnih ciljev oziroma poslanstev zato morajo za njihovo uresničitev delovati racionalno, učinkovito, njihova prioriteta pa mora vedno biti cilj, šele nato pa dobrobit funkcionarjev, menedžerjev ali osebja.
3. Kaj oblikuje organizacije in njihov razvoj? Zakaj nekatere uspejo druge pa ne? Zakaj nekatere obstajajo dolgo, druge pa poniknejo hitro? Kot navaja Anheier (2005, 141), so ene najstarejših organizacij prav tiste iz neprofitnega sektorja. So organizacije, ki jih oblikuje neko okolje, namenjene temu, da prvenstveno reagirajo na razmere v njem ali mora biti obratno – da organizacije določajo to okolje in njegovo prihodnost, usodo?

Pri spreminjanju poslovnih, organizacijskih oziroma razvojnih modelov organizacij, moramo njihovo strukturo umestiti tudi v posamezne faze razvoja po Anheierjevih (2005, 151) ciklih oziroma razvojnih stopnjah (glej tabeli 3.1 in 3.2), šele nato se lahko lotimo sprememb.

Tabela 3.1 Življenjski cikli organizacije

	porodna faza	mladostna faza	faza srednjih let	zrelostna faza
birokracija	nebirokratska	predbirokratska	birokratska	postbirokratska
poudarek	kreativnost preživetje	rast	nadzor učinkovitost	prenova
struktura	neformalna zmedena	formalizacija specializacija	formalno- postopkovni nadzorni sistemi centralizacija	obsežen finančni nadzor težnje k decentralizaciji
menedžment	podjetniški	usmerjen k cilju	odgovoren	vključujoč timski
zahteve tranzicije	kriza vodenja	kriza nadzora	birokratska kriza	kriza (pre)obrata

Vir: Anheier 2005, 151

Tabela 3.2 Organizacijski razvoj in stopnje

	podjetniška faza	kolektivna faza	nadzorna faza	elaboracijska faza
oblika	mala	neformalna	centralizirana	decentralizirana
poudarek	preživetje	rast	učinkovitost	prestrukturiranje
izboljšave	izumi	izboljšave	izvajanje	prenova
načrtovanje	malo	kratkoročno	dolgoročno	strateško
pripadnost	individualna	skupinska	samozadovoljstvo	nova pripadnost
menedžerji	podjetniki	podjetniški mendežerji	konsolidatorji	strategi

Vir: Anheier 2005, 151

V nadaljevanju bomo življenjske cikle organizacije ter organizacijski razvoj in njegove stopnje po Anheierju aplicirali tudi konkretno – na primeru Društva novinarjev Slovenije.

4 ANALIZA MNENJ ČLANOV ZA PRIHODNJI RAZVOJ DNS

4.1 Cilj analize, teze, raziskovalna vprašanja in metode

Med članstvom smo želeli preveriti tezi, zapisani v uvodu, da mora DNS:

- nadgraditi obstoječo organizacijsko in projektno strukturo ter postati akter stalnega izobraževalnega procesa na slovenskem medijskem trgu,
- kot eden ključnih generatorjev kakovostnih medijskih vsebin sistem financiranja svojih dejavnosti nadgraditi v partnersko financiranje iz javnih in nekaterih drugih virov.

S tem smo želeli odgovoriti tudi na ključni vprašanji tega diplomskega dela, zastavljeni v uvodu:

- je klasično odzivanje DNS s stališči v primerih očitnega padca novinarske kakovosti, standardov in etičnih načel dovolj?
- Ali pravna organiziranost te nevladne organizacije (torej društva) sploh dopušča kaj več kot delovanje v »ustaljenih tirnicah civilne družbe«?

Med članstvom smo izvedli kvantitativno merjenje z metodo ankete. Spletno anketo, s katero smo identificirali mnenja članov, ki so v DNS včlanjeni prostovoljno, smo izvedli med 19. in 25. januarjem 2015. Od takrat 940 članov, se jih je odzvalo zgolj 147. Tudi odzivnost sama je v precejšnji meri pokazatelj stanja v DNS in slovenskem novinarstvu nasploh, saj je respondentov dejansko malo. Sploh upoštevajoč dejstvo, da člani DNS plačujejo mesečno članarino in so navadno precej kritični do posamičnih potez tistih, ki z organizacijo upravljajo.

Pri treh ključnih odločevalcih v DNS smo izvedli tudi kvalitativno identifikacijo mnenj – z metodo intervjuja. Špelo Stare, generalno sekretarko DNS, smo izbrali zato, ker je že več kot petnajst let zaposlena v DNS in je po svoji funkciji vodja strokovne službe, hkrati pa je tudi ena največjih poznavalk medijskega področja v državi. Z aktivnim delovanjem na mednarodnem področju pozna tudi prakse novinarske organiziranosti v drugih (predvsem evropskih) državah. Matijo Stepišnika, predsednika DNS v prejšnjem mandatu, smo izbrali zato, ker je leta 2011 vodenje DNS prvič v zgodovini organizacije prevzel z zaključeno listo na volilni skupščini. S predlagano ekipo sodelavcev, ki je bila tudi v celoti potrjena, je zastavil ambiciozen program posodobitve delovanja organizacije in ga v štiriletnem mandatu v veliki meri tudi uresničil, v trenutnem mandatu pa ga njegova naslednica (Petra Lesjak Tušek) še nadgrajuje. Tjašo Slokar Kos, članico upravnega odbora DNS ter direktorico in odgovorno urednico informativnega programa na Pro Plusu (Pop TV in Kanal A), pa smo izbrali zato, ker ima zaradi svoje službene funkcije uvid v potrebe medijskega gospodarstva, hkrati pa kot funkcionarka DNS razume tudi dinamiko delovanja organizacije.

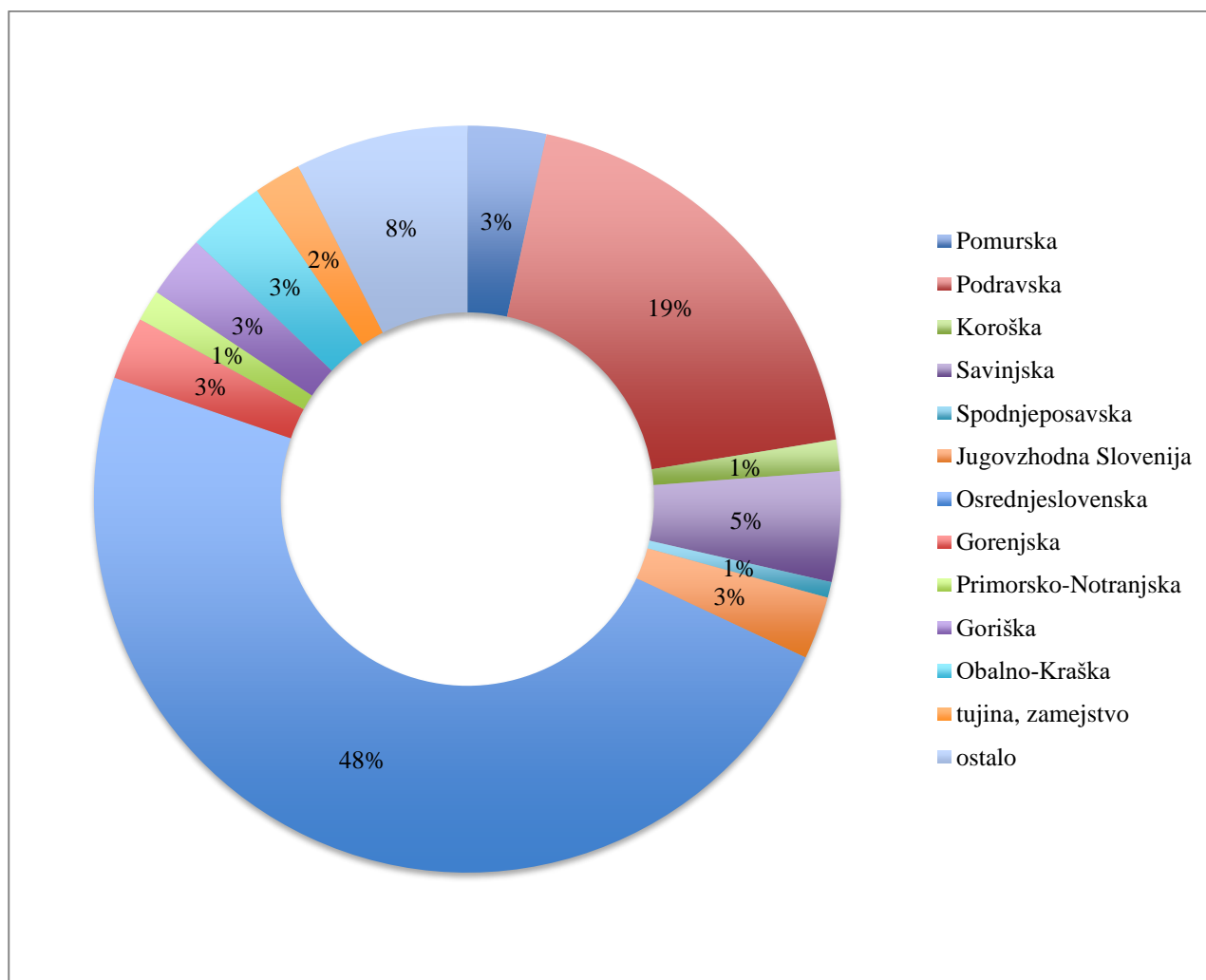
Intervjuje smo opravili januarja 2016, torej skoraj leto dni po tem, ko smo opravili identifikacijo mnenj članstva s spletno anketo.

Avtor tega diplomskega dela sicer pri orisovanju razvojnega modela organizacije uporablja tudi metodo opazovanja z udeležbo, saj je kot član upravnega odbora v prejšnjem in podpredsednik v trenutnem mandatu aktivno udeležen v odločevalnem procesu. Nekaj časa je bil zadolžen tudi za vodenje razvojnih projektov DNS in postavitve strategije pridobivanja sredstev iz novih virov financiranja.

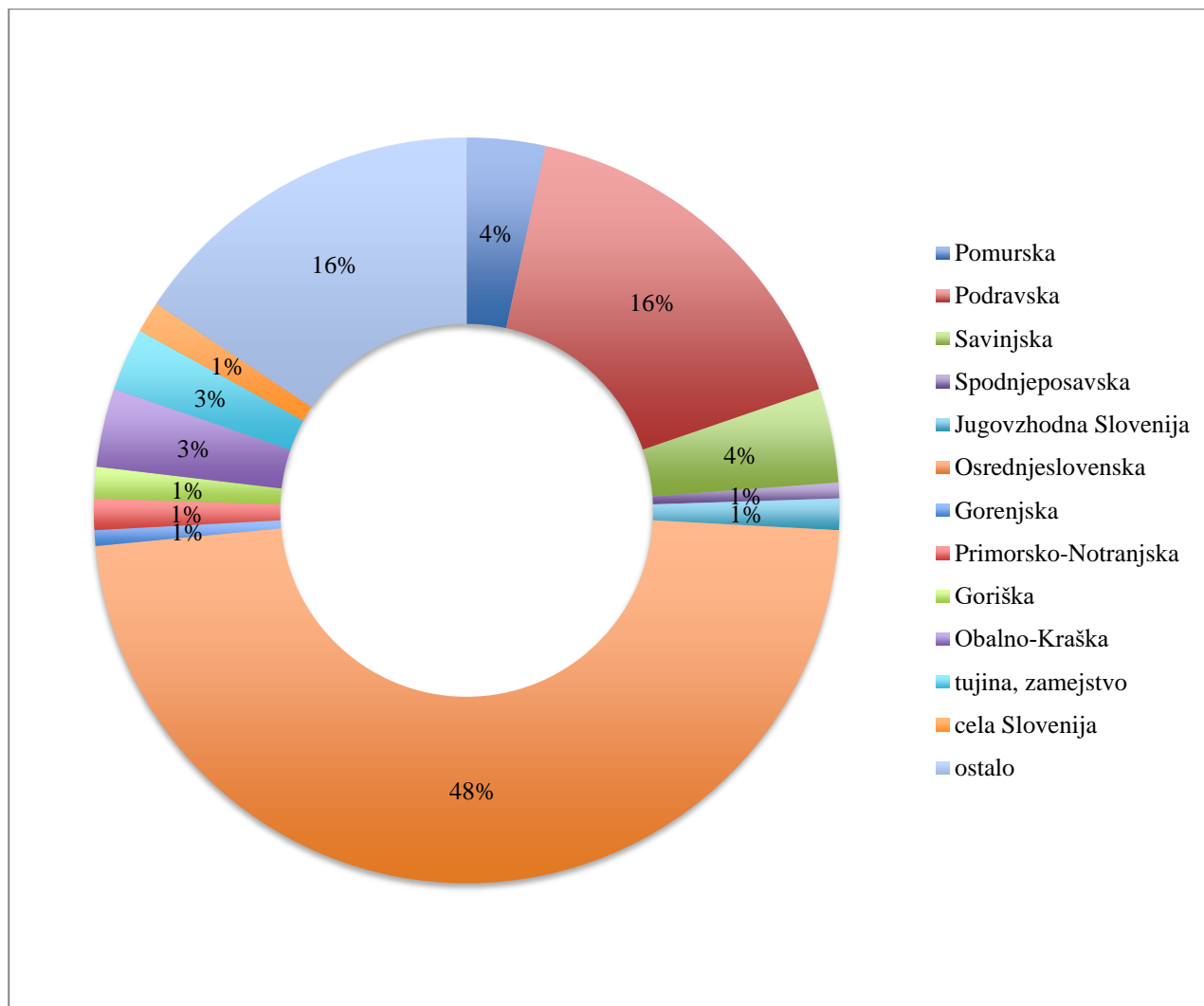
4.2 Analiza in interpretacija pridobljenih mnenj v spletni anketi

Od (v času anketiranja, januarja 2015) 940 članov, ki so povezavo na spletni vprašalnik dobili po elektronski pošti, jih je 147 na anketo v celoti odgovorilo. Respondenti predstavljajo vzorec, ki ustreza razmerjem v strukturi članstva DNS.

Graf 4.1: Struktura respondentov po regiji stalnega bivališča



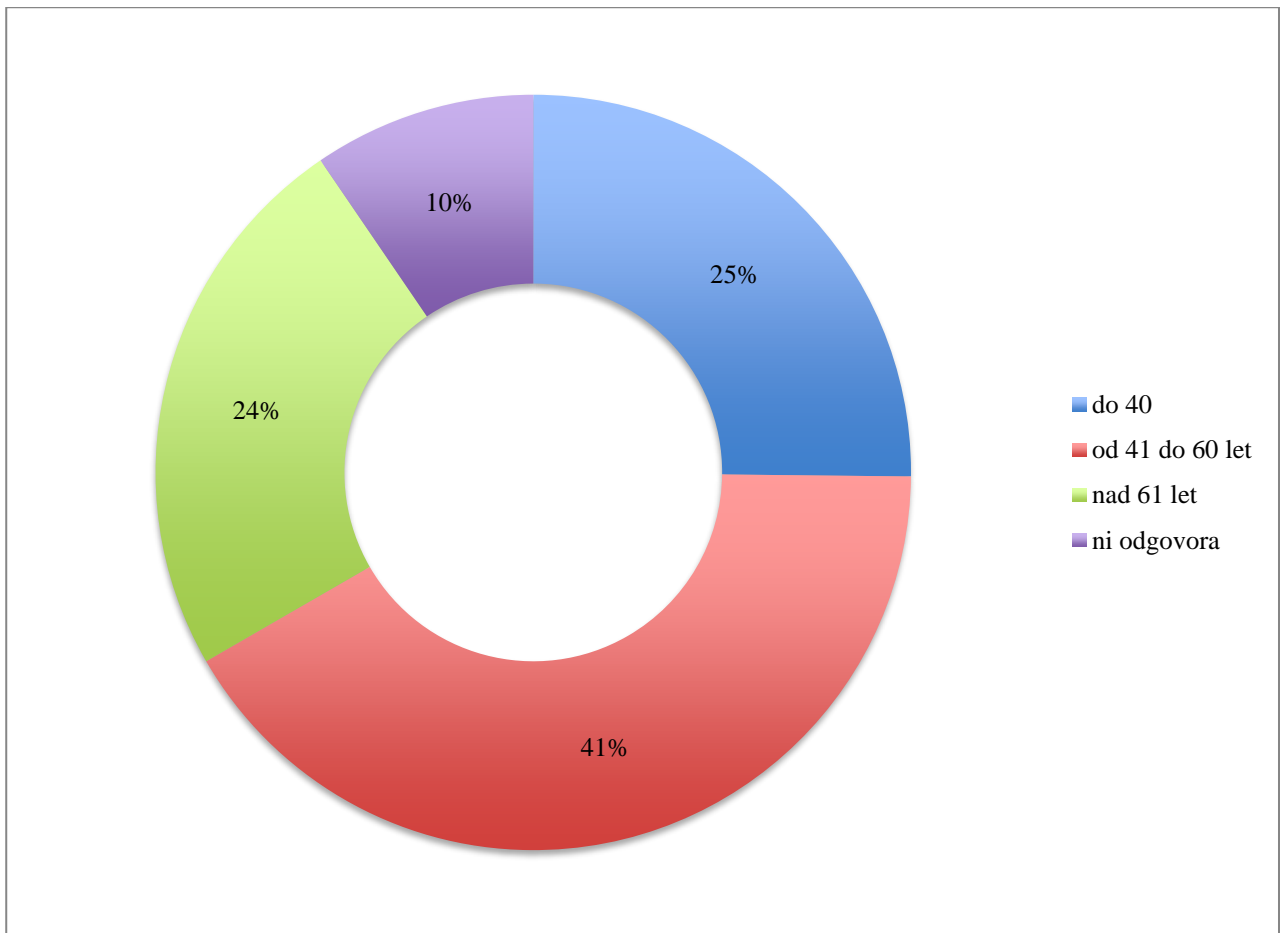
Graf 4.2: Struktura respondentov po regiji, kjer opravijo večino dela



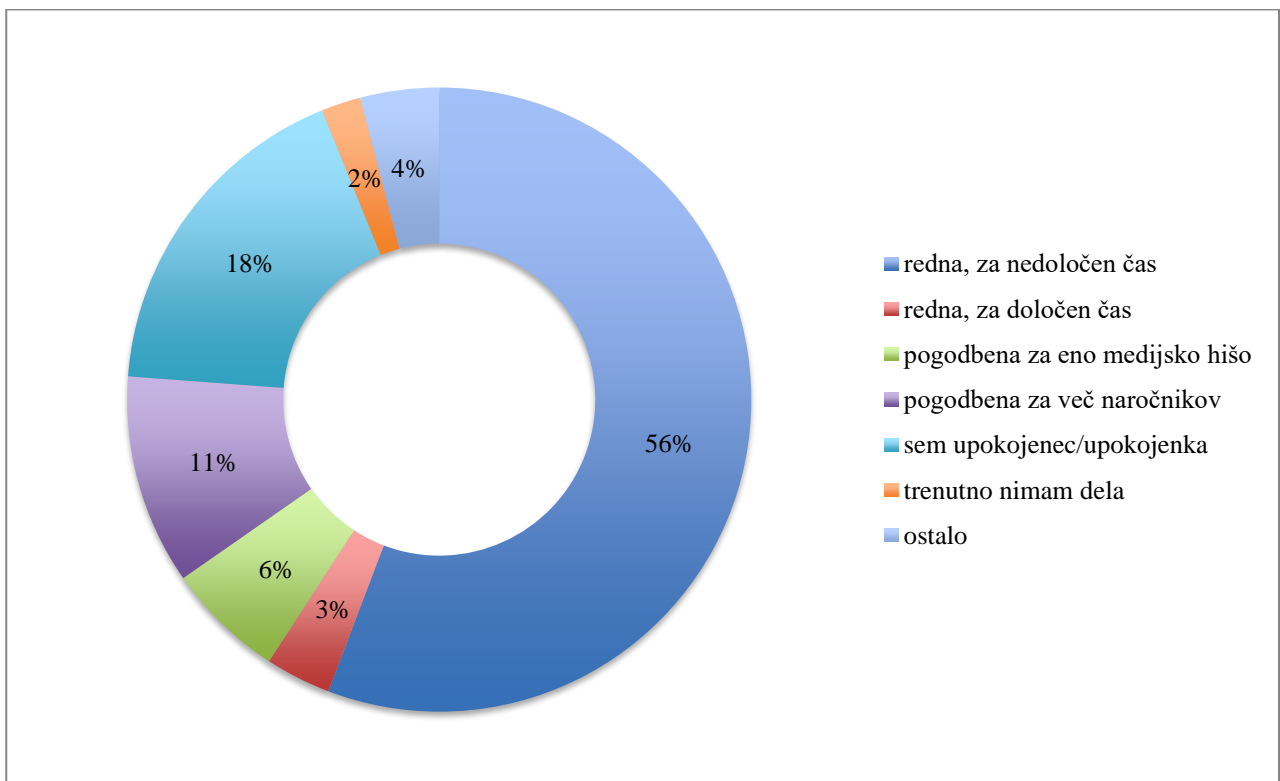
Slaba polovica tistih, ki so odgovorili, živi in opravi večino dela v osrednjeslovenski statistični regiji, nekoliko večji odstotek respondentov živi oziroma dela še v podravske regiji, ostali so v razponu med odstotkom in petimi razporejeni po vsej državi.

Podatki v grafih 4.1 in 4.2 kažejo na precejšnje centraliziranost medijske dejavnosti, posledično pa tudi na koncentriranost članstva predvsem v osrednji Sloveniji. Podatki obenem kažejo tudi na smiselnost krepitev stalne dejavnosti DNS na sedežu organizacije v Ljubljani in postavitve programa občasnih dogodkov po posameznih regijah, ki jih je smiselno obiskovati periodično in jih združevati v večje zaključene celote.

Graf 4.3: Starostna struktura respondentov



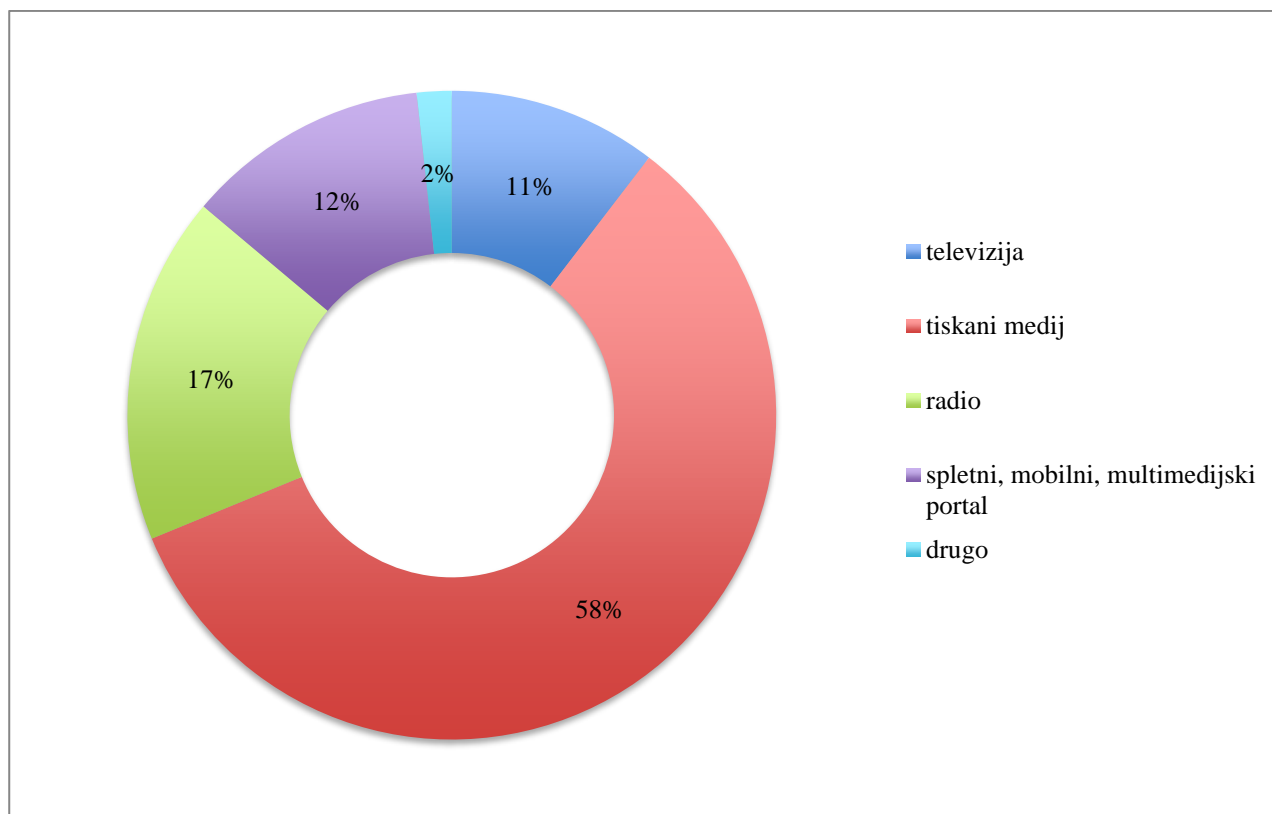
Graf 4.4: Zaposlitvena struktura respondentov



Četrtnina respondentov je stara do 40 let, skoraj četrtnina nad 61 let, dve petini jih je starih med 41 in 60 let. Dobra polovica respondentov je redno zaposlena za nedoločen čas, skoraj petina je pogodbenih novinarjev, malenkost več je upokojencev.

Podatki v grafih 4.3 in 4.4 kažejo na izenačenost starejšega in mlajšega članstva v DNS in kličejo k oblikovanju strategije za pritegnitev mlajših novinarjev k članstvu. Sploh spričo odpušcanj in posledično zmanjševanja števila članstva iz kategorije 41 do 60 let v zadnjem letu in množičnega zaposlovanja mlajših (potencialnih) članov na javnem zavodu RTV Slovenija.

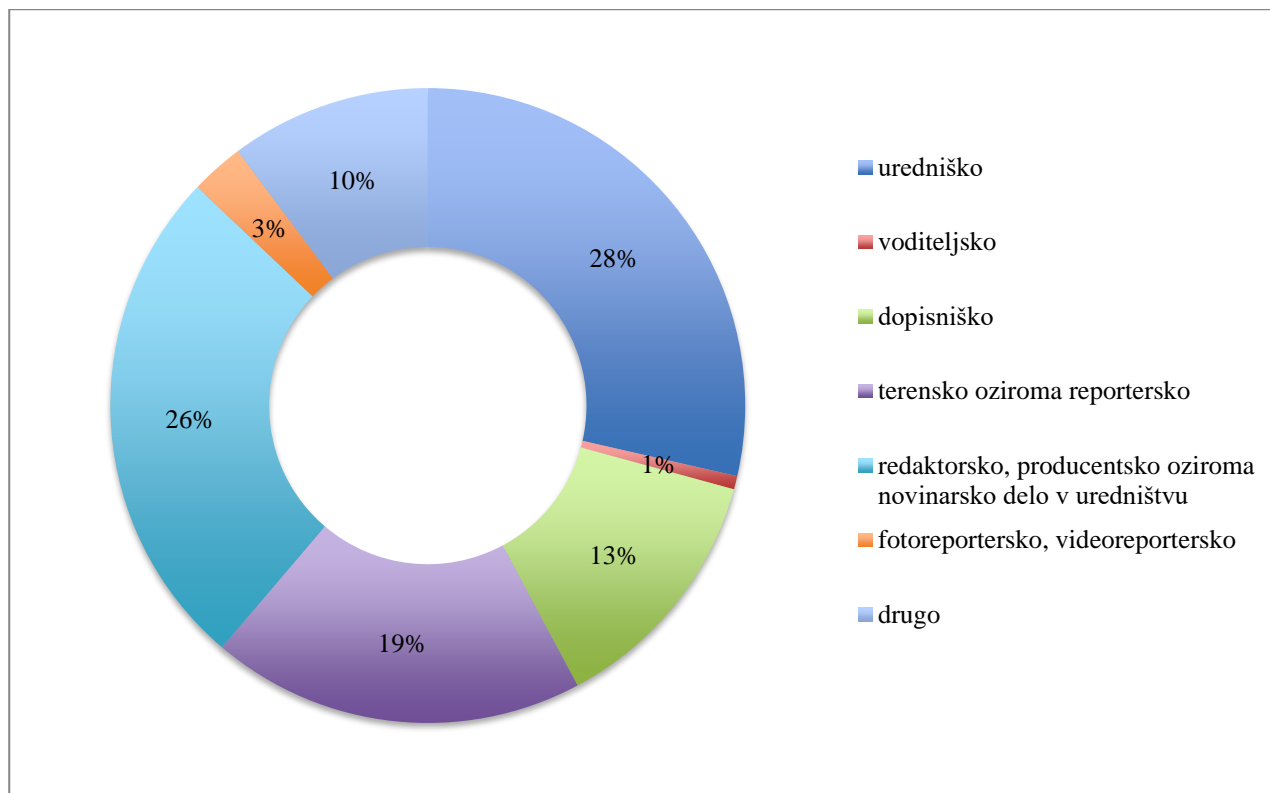
Graf 4.5: Struktura zaposlovalcev respondentov



Dobri dve tretjini respondentov delata v tiskanih medijih, točno petina za radio, dobra desetina za televizijo, nekoliko več za spletni, mobilni ali multimedijski portal.

Ta podatek kaže predvsem na to, da so se v DNS v preteklosti včlanjevali predvsem delavci časopisnih uredništev. Za prihodnji razvoj pa kaže predvsem na nujnost pridobivanja članstva iz ostalih medijskih struktur.

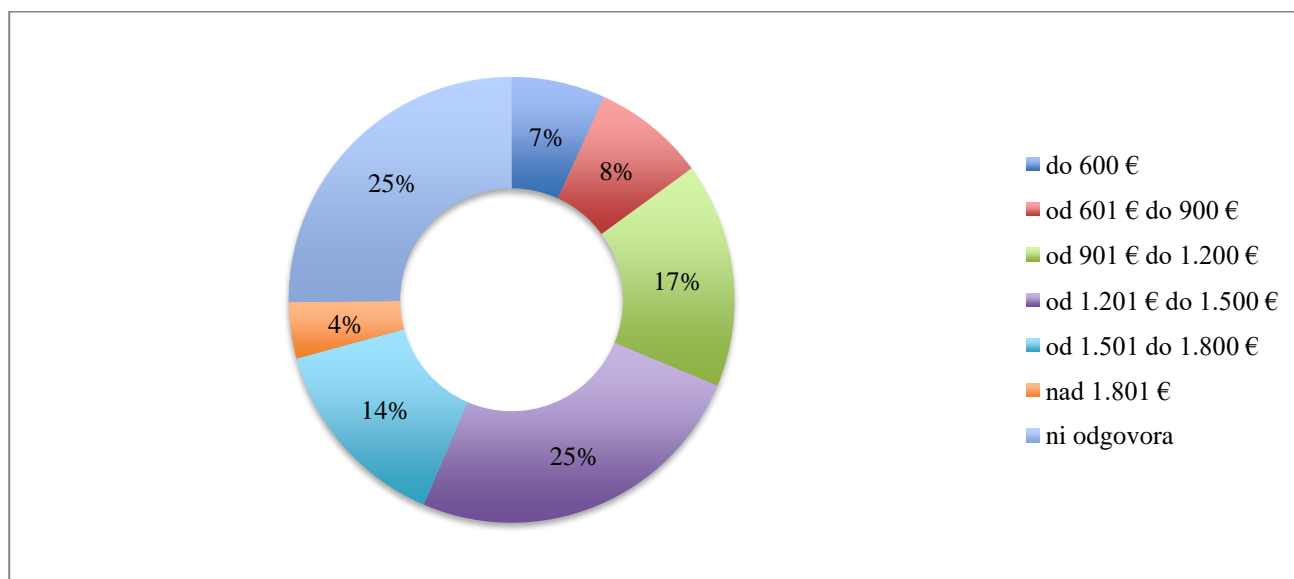
Graf 4.6: Struktura delovnih mest respondentov



Največ, tretjina vprašanih je (oziroma je pred upokojitvijo bilo) terenskih novinarjev, reporterjev oziroma dopisnikov, dobra petina vprašanih je (bilo) urednikov, le nekoliko manj je novinarjev oziroma redaktorjev v uredništvih.

Ti podatki so pri oblikovanju razvojnega modela organizacije koristni, saj se je v preteklosti večkrat dogajalo, da so bile v ospredju predvsem dejavnosti, namenjene terenskim reporterjem in analitičnim novinarjem. Struktura delovnih mest respondentov pa jasno kaže na nujnost (izobraževalnih) dogodkov, namenjenih urednikom in ostalim kreativnim profilom v uredništvih.

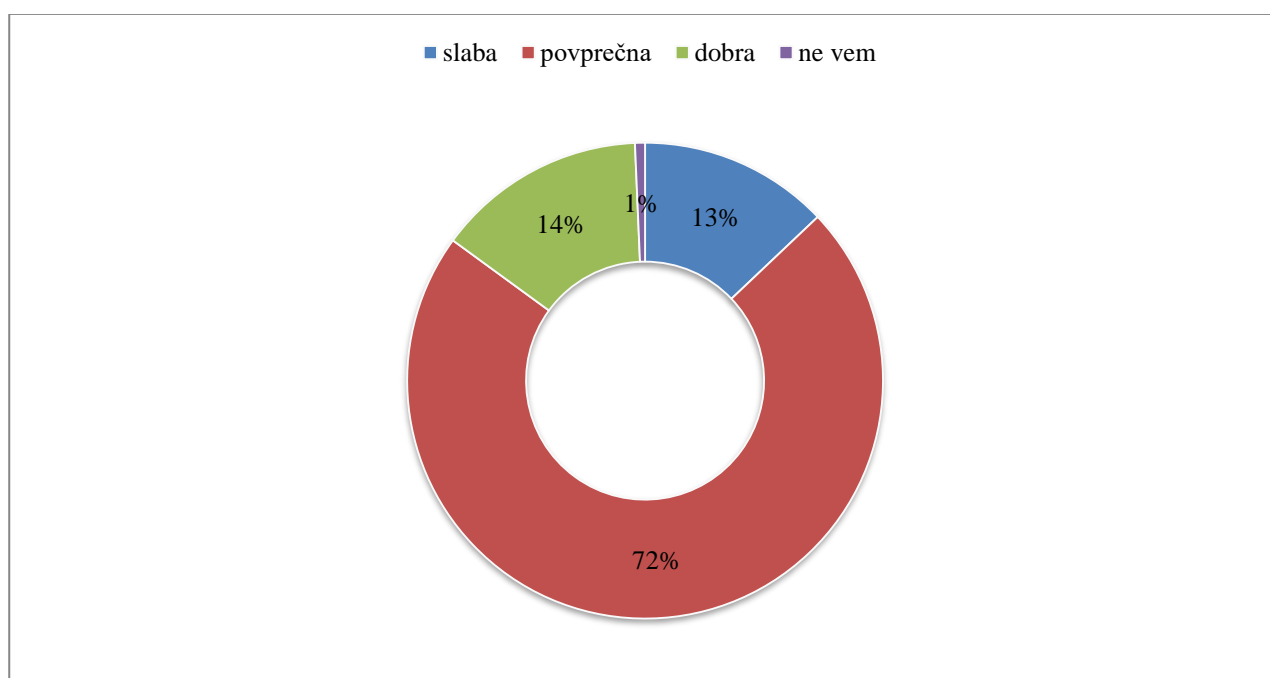
Graf 4.7: Dohodek respondentov



Četrtnina respondentov ni posredovala podatka o dohodku, četrtnina mesečno neto zasluži med 1.201 in 1.500 evrov. Slaba tretjina zasluži manj, petnajst odstotkov vprašanih celo manj kot 900 evrov, skoraj petina zasluži več kot 1.500 evrov neto mesečno.

Pri pridobivanju mnenj respondentov o delu DNS nas je najprej zanimala ocena o kakovosti novinarskih vsebin na slovenskem medijskem trgu, nato pa še ocena dela DNS in njegovega položaja na trgu.

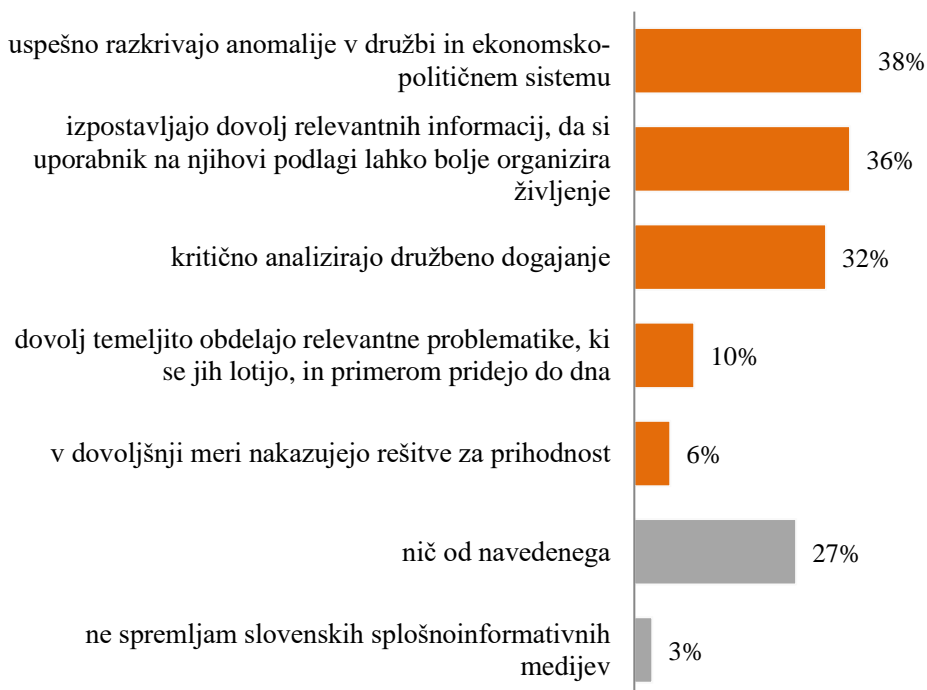
Graf 4.8: Kakšna se vam zdi obstoječa ponudba medijskih novinarskih vsebin v slovenskih splošninformativnih medijih (Delo, Dnevnik, Večer, Finance, programi RTV Slovenija, POP TV, Kanal A, regionalni časopisi in radijske postaje ter spletni portali vseh navedenih medijev)?



Skoraj tri četrtine respondentov trenutno ponudbo slovenskih novinarskih vsebin ocenjujejo kot povprečno. Delež tistih, ki menijo, da so dobri oziroma slabi, je skoraj enak. Predvsem pa je zelo nizek.

Lahko bi torej zaključili, da respondenti, ki, glede na že opisane demografske značilnosti, aktivno soustvarjajo slovenski medijski prostor, s kakovostjo vsebin, ki jih soustvarjajo, niso najbolj zadovoljni. Glede na (samo)kritičnost bi lahko ugotovili, da respondenti želijo izboljšati kakovost poročanja, posledično pa tudi, da DNS pri tem prizadevanju podpirajo.

Graf 4.9: Kaj od spodaj naštetega po vašem mnenju velja za obstoječe slovenske splošnoinformativne medije?



Od vseh respondentov jih največ meni, da slovenski mediji trenutno uspešno razkrivajo anomalije v družbi in sistemu, le nekaj manj, da mediji podajo dovolj relevantnih informacij posamezniku, da si na njihovi podlagi lahko organizira življenje. Respondenti torej nadzorstveni in izobraževalni funkciji pripisujejo največ pomena, kljub temu pa odstotka nista prav visoka. Takih je namreč le dobra tretjina; še nekoliko manj članov DNS, ki so se odzvali na anketo, meni, da se mediji (dovolj) kritično odzivajo na družbeno dogajanje. Zelo zgovoren je tudi podatek dobre četrtine respondentov, da slovenski mediji niso kos nobeni od navedenih trditev, zaskrbljujoč pa, da le slaba desetina meni, da v dovoljšnji meri nakazujejo rešitve za prihodnost.

Ti podatki še nekoliko bolj jasno kot v prejšnjem grafu pokažejo k čemu bi se moralo DNS pri načrtovanju prihodnjih dejavnosti bolj jasno zavezati oziroma čemu bi pri organizaciji aktivnosti morale dati večji poudarek.

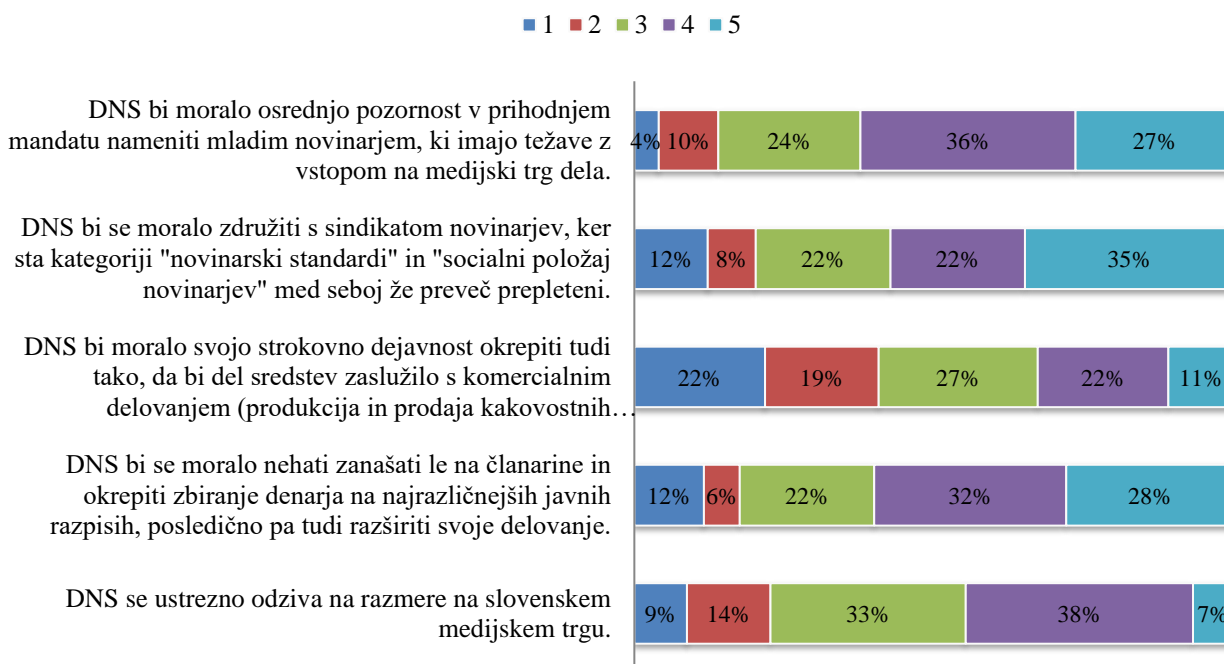
Graf 4.10: Kakšna bi morala biti pri zagotavljanju kakovostnih medijskih vsebin vloga Društva novinarjev Slovenije?



Tukaj smo respondente prvič neposredno vprašali o vlogi in odgovornosti Društva novinarjev Slovenije pri zagotavljanju kakovostnih novinarskih vsebin na medijskem trgu. Največ respondentov meni, da mora še naprej z opozarjanjem skrbeti predvsem za novinarske in etične standarde, torej to, kar je temeljna dejavnost DNS že zdaj in jo tudi temeljito opravlja z odzivi na aktualno dogajanje, predvsem pa z dejavnostmi v okviru NČR. Le nekoliko manj respondentov meni, da mora DNS okrepiti tudi izobraževalno komponento, da mora torej bolj aktivno pristopiti k povečanju kompetenc novinarjev oziroma bolj kakovostnim vsebinam v slovenskem medijskem prostoru. Hkrati pa je le slaba tretjina respondentov naklonjena aktivnemu vstopu DNS na trg – bodisi z organizacijo ekipe preiskovalnih novinarjev bodisi ustanovitvijo medija, ki bi zagotavljal kakovostne novinarske vsebine. V prihodnjem razvoju DNS mora torej po mnenju respondentov ključno vlogo odigrati predvsem izobraževalni program.

Zanimivo, čeprav skoraj zanemarljivo, je, da nekaj članov meni celo, da DNS v obstoječih razmerah sploh ni več potreben.

Graf 4.11: Spodaj so navedene trditve o delovanju DNS. Prosimo, da jih ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, 5 pa, da se s trditvijo popolnoma strinjate.



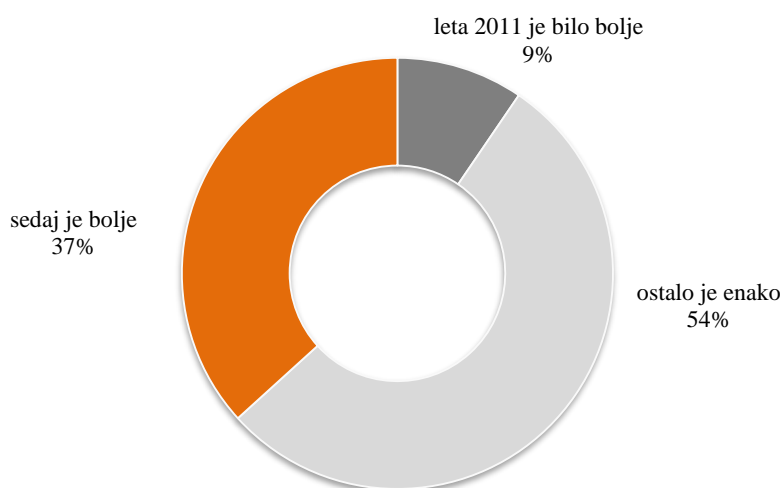
Tezo o načinu delovanja in financiranja DNS, ter stopnji posega na trg, smo dodatno in bolj podrobno preverili s še enim vprašanjem. Dobra polovica respondentov meni, da bi se moral DNS, ob članarinah, začeti zanašati tudi na druge vire prihodkov – predvsem sredstva iz javnih razpisov. Le slaba tretjina respondentov namreč podpira iskanje virov v komercialni dejavnosti, dve petini temu celo nasprotujeta. Pri oblikovanju razvojnih dejavnosti je torej treba paziti, da DNS ne zdrsne na polje tržnega, respondenti pa nimajo nikakršnih težav s pridobivanjem javnih sredstev.

Dobra polovica respondentov podpira vnovično združitev s Sindikatom novinarjev Slovenije, za kar so organi DNS tudi že večkrat dali pobudo. Največ, skoraj dve tretjini, članov, ki so sodelovali v anketi, pa meni, da mora DNS v prihodnje, zaradi težav pri vstopanju na trg dela, osrednjo pozornost nameniti mladim novinarjem. Združena organizacija bi najverjetneje lažje ponudila privlačen »članski paket«, ki bi združeval socialno in ekonomsko zaščito, zaščito na področju novinarske avtonomije in izobraževalne programe. To pa se tudi najbolj ujema s težnjo respondentov, da morajo biti fokus delovanja DNS v prihodnje mladi novinarji.

Graf 4.12: V kolikšni meri ste zadovoljni z delom DNS?



Graf 4.13: Če primerjate delo DNS ob začetku mandata trenutnega upravnega odbora (leta 2011) in danes, kako bi ga ocenili?



Skoraj polovica respondentov v anketi je zadovoljna (oziroma zelo zadovoljna) z delom DNS, jih je pa precej tudi takih, ki do dela DNS nimajo odnosa. Slabih ocen je za dobro desetino. Več kot polovica vprašanih tudi ne vidi večjih sprememb v delu DNS v zadnjih štirih letih oziroma v mandatu trenutnega upravnega odbora. Dobra tretjina meni, da DNS danes dela bolje, desetina pa, da dela slabše.

Podatki so, ob sicer zaskrbljujoči apatičnosti, ki smo jo že ugotovili, za obstoječo upravno strukturo DNS znak, da je na pravi poti in da ima podporo za spremembe oziroma transformacijo DNS v sodobno profesionalno združenje.

Člani DNS si torej, glede na rezultate ankete, želijo sprememb, a morajo biti postopne in dobro premišljene. Tudi zato, ker je ocena dela DNS bolj pozitivna kot negativna, predvsem pa zaradi vsebinskih in finančnih pomislekov, ki so jih vprašani člani jasno izrazili.

5 ORIS RAZVOJNEGA MODELA DNS

Društvo novinarjev Slovenije, glede na analizo odgovorov v spletni anketi, ki jih v veliki meri potrjujejo tudi mnenja v opravljenih poglobljenih intervjujih, pri svojem delu uveljavlja »demokratsko ideologijo«, kjer »je odnos med profesionalci in volonterji razumljen kot partnerski odnos, v katerem lahko prvi in drugi, vsak po svoje, bogatijo proces oblikovanja programov in izvedbo teh programov. V okviru te ideologije je pomembna naloga menedžerja, da priteguje volonterje k izvajanju dejavnosti organizacije« (Kramer v Kolarič in drugi 2002, 160). Kot poskusni projekt je namreč v okviru vsakoletnega medijskega festivala Naprej/Forward delno profesionalni menedžment (plačani profesionalci z različnih področij, ki so za festival delali pogodbeno) pritegnil dovolj volonterjev, da so festival vsako leto programsko nadgradili, po zadnjem (novembra 2015) pa izkazali sposobnost povsem samostojnega (razvojnega) vodenja podobnih projektov v prihodnje. Iz tega izhaja, da je volonterskega potenciala, predvsem med mladimi novinarji, dovolj. Se je pa v preteklosti pokazalo tudi, da ta potencial izgine takoj, ko se volonterji uspejo zaposliti oziroma najti vire zaslužka. DNS jim namreč več kot simbolične nagrade za opravljeno delo ne more ponuditi. Vse, kar mu je uspelo doslej, je najti sredstva za ekipo, ki je razvojno postavila festival (s tem pa platformo za ostale potencialne projekte) in za začasno zaposlitev ene od volonterk (v okviru državnih spodbud za zaposlitev mladih).

DNS je sicer po Anheierjevi delitvi, predstavljeni v tabeli 3.1, na prehodu iz faze srednjih let v zrelostno fazo. Zaradi finančnih razlogov (upadanja članstva in zmanjšanja stalnega vira prihodkov) se debirokratizira. Zaradi razmer na medijskem trgu članstvo in funkcionarji, kot ugotavljamo v analizi mnenj, težijo k decentralizaciji. Zaradi sprememb v načinu dela (manj zunanjih izvajalcev, več volonterjev) postaja menedžment bolj vključujoč in timski. Članstvo in funkcionarji vidno težijo k celostni prenovi organizacije. Zaradi vseh teh izzivov je zato jasna kriza (pre)obrata. DNS je prešlo v elaboracijsko fazo, saj so težnje, ne glede na vse zaplete, jasne – decentralizacija (več prisotnosti na terenu), prestrukturiranje (drugačni viri financiranja), prenova (nove naloge in servisi članstvu), strateško načrtovanje in vodenje (razvojni oziroma testni projekti, ki lahko postanejo trajni ali celo vir financiranja), organizacija tudi jasno teži k članstvu, ki bi iz pasivnega postalo spet aktivno, pripadno.

Če vse dozdajšnje ugotovitve umestimo še v pet že omenjenih vlog in stopenj razvitosti neprofitno-volonterskih organizacij, ugotovimo, da je organizacija pri razmisleku o nadaljnjem razvoju razpeta med različnimi koncepti. Članstvo z odgovori o ključnih dejavnostih in njihovem financiranju kaže na to, da razmišlja z liberalnim, socialno-demokratskim in nekdanjim socialističnim, delno pa tudi

konservativno-korporativističnim vrednostnim sistemom hkrati. V tem je najverjetneje tudi vir težav, na katere v intervjujih opozarjajo odločevalci v DNS. A s podobnimi dilemami se srečujejo tudi sorodne organizacije po Evropi.

Nekatere (Danska, Velika Britanija, deloma Francija) so se na spremembe v poklicu odzvale tako, da so članstvo razširile na vse, ki opravljajo novinarska dela – torej tudi novinarje, ki pripravljajo prispevke za spletne strani, kataloge, interno komuniciranje ... podjetij, delajo v odnosih z javnostmi v državni upravi in gospodarstvu ... Na ta način so organizirali in vključili ljudi, ki so zaradi krize izgubili tradicionalno novinarsko delo. Organizacije so se s spremembo pravil prilagodile spremembam, ki jih poklic doživlja na trgu. (Stare 2016)

Staretova sicer navaja tudi konkretne rešitve, podobne tistim, ki jim je naklonjeno članstvo DNS v anketi. Klasične sindikalne dejavnosti in projektne storitve so organizacije po Evropi večinoma nadgradile z raznolikimi izobraževalnimi vsebinami, pravnim in kariernim svetovanjem, podeljevanjem nagrad, posebnimi storitvami posredovanja za prekarce, katalogi samozaposlenih novinarjev na trgu, pomočjo pri vstopu na trg dela, povezovalno dejavnostjo med izobraževalnimi ustanovami in medijskim gospodarstvom, k čemur težijo tudi respondenti v spletni anketi o prihodnosti DNS. Tudi pomisleki v tujini so podobni kot pomisleki v Sloveniji: »Novinarske organizacije seveda iščejo tudi alternativne finančne vire, kljub vsemu pa so večinoma ostale predstavniške organizacije, ki temeljijo na reprezentativnosti in članstvu.« (Stare 2016)

5.1 Poslanstvo

Da mora DNS ostati reprezentativna civilnodružbena organizacija, ki v javnosti zagovarja novinarske standarde in svoje članstvo, se, glede na rezultate ankete in opravljene intervjuje, torej strinjajo tako člani kot odločevalci v DNS.

Članstvo v tem pogledu podpira tudi združitev DNS s Sindikatom novinarjev Slovenije (SNS), o čemer v zadnjem času poteka vse bolj intenzivna razprava – vsaj na ravni združevanja podpornih dejavnosti in strokovne službe. Generalna sekretarka DNS Špela Stare (2016) meni, »da Slovenija z 2500 novinarji ne prenese in tudi ne potrebuje dveh novinarskih organizacij, zato sem prepričana, da bi Sindikat novinarjev Slovenije in Društvo novinarjev Slovenije z združitvijo samo pridobila.«

Na tem torej velja vztrajati, saj bi z združitvijo, vsaj na deklarativni, če že ne organizacijski ravni, dveh reprezentativnih organizacij nastala ena, močnejša, ki bi uspela bolj temeljito uveljavljati poslanstvo, ki se pri obeh organizacijah pogosto prekriva oziroma je, kot smo ugotovili v tej

diplomski nalogi, vse bolj povezano zaradi prekrivanja vprašanj ekonomske in socialne varnosti novinarjev ter njihovega udejanjanja profesionalnih etičnih standardov.

5.2 Organizacijska struktura in opravljanje nalog

Reorganizacija in drugačen razvojni model, predvsem pa širitev dejavnosti DNS so nujni, v intervjuju (2016) ugotavlja Slokar-Kosova, ki potrebe po DNS ocenjuje tudi z gledišča medijskega gospodarstva: »DNS bo kot takšno izumrlo, če ne bo zavzelo bolj aktivnega položaja in s svojimi praksami postalo tudi izobraževalni in raziskovalni center.« To lahko sicer DNS stori tudi v okviru obstoječe organizacije, saj statut omogoča dovolj maneverskega prostora za povsem samostojne projektne strukture, ki jih vodijo posamezni vodje projektov. Če je projekt dolgoročen in dobro zastavljen, se njegova organizacijska struktura sčasoma še bolj okrepi oziroma osamosvoji, tako, da vodja projekta postane direktor ali pa celo predsednik. To se je zgodilo v primeru že omenjenega festivala Naprej/Forward, ki se je leta 2012 začel kot nadgradnja Novinarskih dni, letnega dogodka DNS z več desetletno tradicijo. Leto pred začetkom festivala je »prehodne« novinarske dneve vodila manjša projektna skupina, sestavljena iz desetih članov DNS, prvi festival pa je že zastavila ekipa več kot tridesetih ljudi. Več kot polovico članov so šteli študentski prostovoljci, preostali del pa (pol)prostovoljska ekipa z odgovornimi zadolžitvami: direktor festivala, producenti za posamezna področja, programski svetovalci, koordinatorji. V letih, ki so sledila, se je takšna organizacijska struktura samo še krepila. Postavljeni model zato, po osebnih izkušnjah avtorja tega diplomskega dela, velja uporabiti tudi pri ostalih razvojnih projektih, ki bi se jih DNS lotilo v okviru svoje obstoječe organizacije.

V primeru združevanja s SNS bi, glede na to, da ga članstvo in odločevalci v DNS vidijo kot nujnega za boljše prihodnje delovanje, veljalo – po vzoru skupnega delovanja NČR – najprej združiti strokovni službi obeh organizacij in izkoristiti sinergije, ki bi jih takšna združitev prinesla. Na tej ravni bi veljalo zgolj postaviti »enotno blagovno znamko«, pod katero bi v določenih primerih skupaj nastopali obe organizaciji in njun skupen organ. V naslednji fazi razvoja bi veljalo to znamko formalizirati v novo organizacijo (zvezo) z enotnim (neprofesionalnim) vodstvom, v okviru nje pa posamezne organizacije oziroma dokaj samostojne organizacijske enote, vsako s svojim poslanstvom:

- enoto za vprašanja ekonomsko-socialne varnosti novinarjev;
- enoto za vprašanja novinarskih standardov in medijsko zakonodajo;
- projektno enoto, ki bi se ukvarjala s sprotnimi potrebami članstva in medijskega trga po strokovnih dogodkih;

- Novinarsko častno razsodišče kot avtonomno enoto, ki še razširi svoje delovanje na raven opozarjanja na pomanjkljivosti na področju spoštovanja novinarske etike, preventivo oziroma preprečevanje kršitev, sestavo pa okrepi tudi s predstavniki izdajateljev medijev, tako kot je izključno novinarsko sestavo pred leti nadgradil z dvema predstavnikoma javnosti.

5.3 Dejavnosti in programi

V prejšnjem podpoglavju orisana organizacija enotnega novinarskega združenja bi odražala predvsem trenutno kadrovsko strukturo strokovnih služb obeh organizacij, hkrati pa bi zadovoljila potrebe članstva in odločevalcev v DNS, jasno izražene v spletni anketi in poglobljenih intervjujih, po dejavnostih in programih, predvsem izobraževalnih. Tako bi bila tranzicija v enotno organizacijo hkrati učinkovita in praktična. A v naslednji razvoji fazi bi veljalo, sploh glede na potrebe medijskega gospodarstva, organizacijo tudi razširiti. Kot namreč v intervjuju (2016) opozarja Slokar-Kosova, bi moral znotraj stanovske novinarske organizacije delovati tudi »raziskovalni center, ki tudi odpira nove novinarske teme in zgodbe.« To je sicer projekt, ki, za razliko letnega novinarskega festivala, presega velikost posamičnega projekta, zato bi po začetni projektni organizaciji o njem veljalo razmisliti kot o posebni organizacijski obliki (morda zavodu), ki bi delovala znotraj enotne novinarske organizacije.

Glede na trenutne potrebe bo torej – ob že doslej postavljeni organizacijski strukturi, ki bi jo v več fazah le nekoliko prilagodili in nadgradili – DNS oziroma združena novinarska organizacija opravljala naslednje dejavnosti in programe:

- enkrat letno festival kakovostnih medijskih vsebin Naprej/Forward;
- enkrat letno podelitev novinarskih nagrad Čuvaj/Watchdog;
- v vmesnem obdobju programe izobraževanja novinarjev o novih trendih in orodjih za njihovo delo;
- preventivne programe, ki bi preprečevali kršenje etičnega kodeksa slovenskih novinarjev, predvsem kakovostne projekte monitoringa kritične in argumentirane javnosti nad delom medijev.

5.4 Viri financiranja

Člani DNS so v anketi, kot smo že zapisali, odločevalskim strukturam dali navodilo, naj se neha zanašati samo na finančne vire iz plačanih članarin, ampak začne pridobivati tudi druge vire prihodkov. Glede na trend padanja članstva bo le tako DNS lahko ohranilo oziroma povečalo

obstoječ nabor aktivnosti, ki zahtevajo tudi povečane kadrovske resurse. Nekdanji predsednik DNS Matija Stepišnik ob tem ugotavlja, da je »vse manj ljudi, ki so pripravljeni delovati prostovoljno in aktivistično, vse večja je tudi splošna družbena pasivizacija, umik v zasebnost, samozanikanje težavnega položaja v poklicu in novinarstvo pri tem seveda ni izjema.« (Stepišnik 2016)

DNS bo torej moralo najti nove vire financiranja, saj trenutni trend padanja članstva vodi v zmanjšanje stalnih sredstev, to pa, zaradi padanja števila in kakovosti servisnih storitev članstvu, v nadaljnji osip članstva. »Tudi novinarji se morajo vprašati, kakšno novinarsko organizacijo so pripravljeni financirati. Poslovni model društva nikakor ne more sloneti le na članstvu, majhnost slovenske novinarske populacije tega ne dopušča,« ugotavlja Staretova (2016). V kontekstu finančnih in kadrovskih virov je tako reorganizacija DNS nujna.

Dodatna sredstva je treba iskati v medijih, v kotizacijah, na razpisih, v neposrednem financiranju programov s strani različnih institucij (evropske organizacije in razpisi, veleposlaništva). A pri tem je treba paziti, da nam institucije ne vsilijo svoje agende in predvsem stališč do izpostavljenih tem. Delati je treba na etiki in zavezništvu z javnostjo. Sponzoriranje s strani gospodarstva zaradi konflikta interesov ni primerno. (Stare 2016)

Slokar-Kosova sicer meni, da bi predvsem obstoj novinarskega preiskovalnega centra, po katerem kot medijska direktorica in aktivistka vidi potrebo, morali podpirati tudi mediji sami, »kar je glede na njihov trenutni položaj malo verjetno. Vsekakor pa je potrebno poiskati denar v Evropski uniji (razpisih skladov EU, op. a.) in med različnimi tujimi nevladnimi organizacijami, čeprav smo zaradi članstva v EU izgubili precej virov, ki takšne pobude sicer podpirajo.« (Slokar Kos 2016)

To je torej tudi eden od razvojnih ciljev, ki si jih lahko DNS postavi bolj dolgoročno, saj izkušnje iz tujine kažejo, da je delovanje takšnih (neprofitnih) centrov, ki delujejo kot servis celotni medijski krajini, izjemno drago.

5.5 Predlagane faze razvoja

Glede na vse ugotovitve, vključno s pomisleki in dilemami, v tem diplomskem delu, je za nadaljnji razvoj DNS najboljša premišljena, fazna dinamika, predstavljena spodaj (tabela 5.1). Opredeljena je časovno, v mesecih – prva od odločitve vseh ključnih organov DNS, da izpeljejo spremembe na ravni celotne organizacije, vse naslednje pa od zaključka predhodne faze.

Tabela 5.1: Faze razvoja Društva novinarjev Slovenije

FAZA	TRAJANJE	PRAVNO-FORMALNE ZAHTEVE
oblikovanje poskusne strukture, ki bo preverila učinke združevanja s SNS	3 meseci	odločitev upravnega odbora DNS
evalvacija projekta in odločitev o nadaljnji usodi združevanja s SNS	1 mesec	razprava in odločitev upravnega odbora DNS
oblikovanje projektne skupine za zagon izobraževalnega centra in poskusni izobraževalni semester	6 mesecev	odločitev upravnega odbora DNS
evalvacija projekta in odločitev o nadaljnji usodi izobraževanj	1 mesec	razprava in odločitev upravnega odbora DNS
oblikovanje projektne skupine za nadgradnjo dela NČR in postavitve preventivnih programov na področju etike	6 mesecev	odločitev upravnega odbora DNS, potrditev na izvršnem odboru SNS in soglasje NČR
evalvacija projekta in odločitev o nadaljnjem delu NČR	1 mesec	končni predlog NČR, razprava upravnega odbora DNS, izvršnega odbora SNS, potrditev na skupščinah obeh organizacij
oblikovanje projektne skupine za določitev sprejemljivih modelov financiranja in preučevanje modelov	6 mesecev	odločitev upravnega odbora DNS
širša razprava o enotnem profesionalnem novinarskem združenju, njegovi vlogi v družbi, dejavnostih in financiranju	12 mesecev	sestava NČR, upravni odbor in skupščina DNS, izvršni odbor in skupščina SNS, aktivni DNS in zastopstva SNS po medijih in regijah
oblikovanje konkretnega organizacijskega modela enotne novinarske organizacije glede na opredeljene in ugotovljene sinergične učinke	3 meseci	upravni odbor DNS in izvršni odbor SNS
postavitve enotne novinarske organizacije (strokovna služba, organi, projektne enote, model enotne članarine)	12 mesecev	sestava NČR, upravni odbor in skupščina DNS, izvršni odbor in skupščina SNS, aktivni DNS in zastopstva SNS po medijih in regijah
razprava o nadgradnji delovanja enotne novinarske organizacije z novimi storitvami in oblikovanje rešitev (center preiskovalnega novinarstva in ostale dejavnosti, ki se bodo pokazale kot potreba na medijskem trgu)	6 mesecev	organi enotne organizacije in vse zainteresirane javnosti, v prvi vrsti člani

ZAKLJUČEK

V diplomskem delu smo, z analizo dokumentov in metodo lastne udeležbe pri delovanju Društva novinarjev Slovenije, kvantitativno identifikacijo mnenj članov DNS ter kvalitativno preveritvijo mnenj odločevalcev v DNS, ocenili položaj 110-letne organizacije na slovenskem medijskem trgu. Ugotovili smo, da je dozdajšnje »servisno-birokratsko« delovanje premalo in da članstvo, pa tudi novinarska profesija v celoti, od profesionalnega novinarskega združenja pričakuje več, ne le osnovnih servisnih dejavnosti in odzivanja na aktualne medijske problematike s stališči in pogovori. Hkrati smo tudi ugotovili, da sama formalno-pravna organiziranost pri nadgradnji dejavnosti (vsaj v prvi fazi) ni ovira. Članstvo in ključni odločevalci v DNS razvoj organizacije vidijo predvsem v smeri izobraževalnega centra, varuha in promotorja etičnih načel, deloma tudi generatorja kakovostnih, preiskovalnih medijskih vsebin, a to šele v naslednjih fazah.

V diplomskem delu tako povsem potrjujemo tezi, da mora DNS nadgraditi obstoječo organizacijsko in projektno strukturo ter postati akter stalnega izobraževalnega procesa na slovenskem medijskem trgu. In ker tega – kot ugotavljamo – ne more storiti z obstoječim virom financiranja (članarinami), potrjujemo tudi drugo tezo – sistem financiranja svojih dejavnosti morda nadgraditi s financiranjem iz javnih in nekaterih drugih virov. To je, ugotavljamo v tem delu, možno s prijavljanjem na javne razpise in pozive (slovenske in evropske), do določene mere je možno pri nekaterih projektih sodelovati tudi z medijskimi družbami. Vsekakor pa mora DNS še naprej ostati pri načelu, da svojih dejavnosti ne bo povezovalo z drugimi financerji. Ti bi lahko obremenili predvsem delovanje NČR, kjer se kot stranke v postopku pogosto znajdejo tudi podjetja. Prav to je tudi razlog za razmislek o vključitvi predstavnikov medijskih založnikov samih v delovanje NČR.

DNS mora torej – kljub vsem nujnim spremembam – ostati avtonomen akter civilne družbe, nevladna organizacija, ki se lahko okrepi kvečjemu z združitvijo s sorodnim SNS. Pravno-organizacijska struktura mora ostati sorodna zdajšnji (društveni), je pa možna nadgradnja dela dejavnosti v bolj tržno prijazne, a še vedno povsem transparentne oblike, denimo zavod, ki je zakonsko opredeljen tako, da onemogoča težnje po privatizaciji, predvsem pa spodbuja usmeritev morebitnih presežkov prihodkov v programe in razvoj. O tem velja razmisliti šele takrat, ko bosta DNS in SNS dorekla obliko skupne organiziranosti, izkoristila vse sinergije, ki jih imata, in reorganizirala servisne storitve tako, da bodo na višji ravni kot danes. Glede na to, da je večina dejavnosti medijske produkcije v Sloveniji in širše še vedno na trgu, bi torej o tržnem segmentu veljalo razmisliti le v primeru, če se DNS odloči za ustanovitev svojega centra za preiskovalno novinarstvo oziroma medijsko produkcijo. Članstvo je namreč zavrnilo možnost, da bi DNS opravljal še kakšno drugo, denimo tržno-analitično, dejavnost.

LITERATURA

1. Anheier, Helmut K. 2005. *Nonprofit organizations: theory, management, policy*. New York: Routledge.
2. Belovič, Mario. 2015. *Krajši pregled zgodovine Društva novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/7866> (4. januar 2016).
3. Brants, Kees. 2013. Trust, cynicism, and responsiveness: the uneasy situation of journalism in democracy. V *Rethinking journalism: trust and participation in a transformed news landscape*, ur. Marcel Broersma in Chris Peters, 15–27. London; New York: Routledge.
4. Broersma, Marcel in Chris Peters. 2013. Introduction: Rethinking journalism: the structural transformation of public good. V *Rethinking journalism: trust and participation in a transformed news landscape*, ur. Marcel Broersma in Chris Peters, 1–12. London; New York: Routledge.
5. Center za raziskovanje javnega mnenja. 2007. *Politbarometer 6/2007*. Dostopno prek: http://www.cjm.si/sites/cjm.si/files/file/raziskava_pb/PB6_07.pdf (25. januar 2015).
6. --- 2014. *Politbarometer 6/2014*. Dostopno prek: http://www.cjm.si/ul/2014/PB_6_14.pdf (25. januar 2015).
7. Delo. 2005. *Stoletnica društva novinarjev*. Dostopno prek: <http://www.delo.si/clanek/8560> (15. februar 2015).
8. Društvo novinarjev Slovenije. 2006. *Statut Društva novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/drustvo/o-nas/dokumenti/statut/> (14. januar 2015).
9. --- 2014a. *Mediji moramo prevzeti odgovornost*. Dostopno prek: <http://novinar.com/7588> (14. januar 2015).
10. --- 2014b. *Javne zaveze za boljše medije*. Dostopno prek: <http://novinar.com/7634> (14. januar 2015).

11. Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
12. Kolarič, Zinka, Andreja Črnak Meglič in Maja Vojnovič. 2002. *Zasebne neprofitno-volonterske organizacije*. Ljubljana: Založba FDV.
13. Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
14. Ministrstvo za kulturo. 2014. *Pregled medijske krajine*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/2014/medijska_krajina_v_sloveniji_16042014.pdf (25. januar 2015).
15. Ministrstvo za notranje zadeve. 2015. *Centralni register društev*. Dostopno prek: http://www.mnz.gov.si/si/mnz_za_vas/drustva_ustanove_shodi_prireditve/drustva/ (14. januar 2015).
16. Novinarsko častno razsodišče. 2010. *Kodeks novinarjev Slovenije*. Dostopno prek: http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.html (14. januar 2015).
17. Poler Kovačič, Melita. 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
18. Rakar, Tatjana, Tomaž Deželan, Senka Š. Vrbica, Zinka Kolarič, Andreja Črnak Meglič in Mateja Nagode. 2011. *Civilna družba v Sloveniji*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
19. Salamon, Lester M. 2004. *Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector*. Bloomfield: Kumarian Press.
20. Sanders, Karen. 2008. *Ethics & journalism*. Los Angeles: Sage.
21. Savič, Domen. 2014. *Dajmo medije v medije!* Dostopno prek: <http://www.dsavic.net/2014/11/29/dajmo-medije-v-medije/> (14. januar 2015).
22. Slokar Kos, Tjaša. 2016. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 12. januar.

23. Stare, Špela. 2016. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 4. januar.
24. Stepišnik, Matija. 2016. *Intervju z avtorjem*. Maribor, 11. januar.
25. Šifrar, Barbara. 2003. *Društvo novinarjev od leta 1905 do leta 1940: diplomsko delo*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
26. Walters, Emma, Christopher Warren in Mike Dobbie. 2006. *The changing nature of work: A global survey and case study of atypical work in the media industry*. Bruselj: International Federation of Journalists.
27. Witschge, Tamara. 2013. Transforming journalistic practice: a profession caught between change and tradition. V *Rethinking journalism: trust and participation in a transformed news landscape*, ur. Marcel Broersma in Chris Peters, 160–172. London; New York: Routledge.
28. Zakon o medijih (ZMed). Ur. l. RS 35/2001. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608> (25. januar 2015).

PRILOGE

Priloga A: Intervju z generalno sekretarko Društva novinarjev Slovenije, Špelo Stare

Kateri so trenutno stalni programi in glavni projekti, ki jih izvaja DNS?

V okviru DNS že več kot 50 let kontinuirano deluje Novinarsko častno razsodišče, organ samoregulacije, ki na podlagi pritožb ugotavlja ali so novinarji v konkretnih primerih kršili Kodeks novinarjev Slovenije. NČR pa se med drugim aktivno vključuje tudi v pripravo smernic in priporočil za novinarsko poročanje v skladu z etiko in standardi tudi na ožjih občutljivih področjih, kot so v zadnjih dveh letih samomori, poročanje o drogah in poročanje o otrocih. NČR in DNS sta v partnerstvu s Središčem ZIPOM izpeljala štiri delavnice: “Kako poročati o otrocih” na treh medijih in za študente FDV. Društvo je s Središčem ZIPOM in Unicefom sodelovalo pri projektu obeleževanja Mednarodnega dneva otrok v medijih, povezali smo otroke in uredništva, da so skupaj ustvarili najrazličnejše programske vsebine.

Stalni program DNS je svetovalnica (spletna in osebno svetovanje) za novinarje, ki delajo v prekarnih oblikah dela. Dejavnost svetovanja poteka po potrebah, okrepi se, ko se spremenijo okoliščine v katerih prekarni novinarji delajo (npr. ob spremembi zakonodaje, datumih za oddajo raznih obrazcev, pojavu problemov). V okviru svetovalnice društvo po potrebi organizira tudi praktične delavnice.

V okviru uveljavljanja pravic za prekarce društvo redno sodelujemo z ministrstvom za kulturo. DNS se pri tem vprašanju redno povezuje s sorodnimi sektorji, predvsem prekarci v kulturi.

Aktivni, deloma pa tudi uspešni, smo bili v prizadevanjih za spremembo kazenske zakonodaje. DNS se je zavzemalo za spremembo 260. člena kazenskega zakonika in sicer, da objava tajnih podatkov v javnem interesu ne bi bila več kazniva ter za dekriminizacijo dejanj zoper čast in dobro ime.

Eden od stalnih projektov, ki je trenutno zaradi nepripravljenosti sodelovanja medijskih hiš sicer zastal, je vzpostavitev mehanizma za kolektivno uveljavljanje pravic novinarjev iz klipinga. Cilj DNS je preko kolektivne organizacije celostno urediti uveljavljanje pravice. Pripravljena je finančna konstrukcija in temeljni pravni akt zavoda, ki bi opravljal naloge kolektivne organizacije, obnoviti pa je treba pogajanja s kliping agencijami in mediji. Ta projekt DNS izvaja skupaj s Sindikatom novinarjev Slovenije.

V partnerstvu z Evropsko federacijo novinarjev sodelujemo pri mednarodnem projektu “Pravice in službe v novinarstvu”, v okviru projekta bomo maja 2016 v Ljubljani organizirali mednarodno delavnico oziroma seminar na temo avtorskih pravic in “zoper nepravilne pogodbe”.

Zaradi mariborskega primera smo lansirali tudi projekt Uredniškega sveta, v okviru katerega načrtujemo redno srečevanje in dialog odgovornih urednikov. Preko tega mehanizma želimo izboljšati kakovost in standarde slovenskih medijev, vzpodbuditi komunikacijo med njimi in urednike vključiti v pripravo programa izobraževalnih aktivnosti za novinarje.

Sicer pa vsako leto septembra razpišemo nagrade čuvaj/Watchdog in jih podelimo na festivalu Naprej/Forward. Sprotno se odzivamo na aktualno dogajanje v medijih, skušamo vzdrževati kontinuiran dialog z ministrstvom za kulturo pri pripravi medijske zakonodaje.

Kako DNS financira te dejavnosti, kakšna je struktura prihodkov?

DNS se financira iz štirih osnovnih virov: največ je članarin, nekaj je prihodka iz najemnin naših prostorov, ostalo so zunanji viri (javni razpisi in donacije medijev) in prihodki iz naložbenega portfelja (dividende in prodaja naložb).

Je to dovolj za vse programe in projekte?

Ne. Dohodki iz članarin vztrajno padajo, ker zadnjih deset let pada tudi število članov društva. Društvo iz članarin komaj pokriva redne mesečne stroške dela in materialne stroške. Nujno je iskanje alternativnih virov.

Koliko članov ima DNS danes in kakšen je trend članstva v zadnjih desetih?

Stalno pada. Zdaj jih je že manj kot 1000, po zadnjih podatkih 931.

Kakšna pa je struktura članstva?

Dobra polovica je zaposlena za nedoločen čas, petina je zaposlenih prek različnih vrst pogodb, petina pa je upokojenih novinarjev. Več kot polovica članov DNS živi in dela v Ljubljani ali širši okolici. Večina članstva je starega med 41 in 60 let.

Zadnje desetletje DNS torej beleži upad članstva ... Kakšni so običajno razlogi, ki jih nekdanji člani navajajo, ko izstopajo iz DNS?

Večina članov enostavno neha plačevati članarino in se ne odziva na opomine, posledično jih po enem letu neodzivnosti izbrišemo iz članstva, saj pošiljanje položnic in opominjanje povzroča dodatne stroške. Člani, ki sporočijo, da prekinjajo članstvo, v večini navajajo finančne razloge za izstop iz društva (izguba dela, znižanje honorarja, brezposelnost, porodniški dopust, tožba za redno delovno razmerje). Nekaj izstopov vsako leto pa je povezano tudi z dejavnostjo društva, občasno protestno izstopijo člani, pri katerih je NČR ugotovilo kršitev kodeksa, ki niso zadovoljni z odločitvami porote za novinarske nagrade ali določenih stališčem predsednika ali upravnega odbora

društva. Nekaj je tudi izstopov, pri katerih člani menijo, da dejavnosti društva nimajo pravega učinka, zato se jim plačevanje članarine ne zdi smiselno.

Je podoben trend tudi v sorodnih novinarskih organizacijah po Evropi, je torej upad zanimanja za članstvo v profesionalnih novinarskih združenjih širši ali le slovenski problem?

S podobnimi problemi se soočajo vse novinarske organizacije, izjema so Danci, ki imajo zelo izdelan sistem novačenja novih članov, sprejemajo študente, "novinarje", ki delajo v odnosih z javnostmi ... Finančna kriza in neuspešno iskanje poslovnega modela predvsem tiskanih medijev, ki bi odgovoril na tehnološke, sta posledično prizadela vse novinarske organizacije. Problem je tudi prekarizacija poklica, zaradi katere se mladi ne včlanjujejo (zaradi finančnih razlogov in tudi zato, ker je individualizirane samozaposlene precej težje organizirati kot klasično zaposlene po medijih). Vse novinarske organizacije se torej srečujejo z upadanjem članstva in težavami pri rekrutiranju mladih novinarjev.

Kako, s kakšnimi projekti, se sorodne organizacije po Evropi odzivajo na spremenjene razmere v medijih in novinarstvu? Kako jim uspeva aktivirati članstvo? Mu prilagajajo svoje poslovne modele ali so to še vedno klasična stanovska združenja?

Odzivi novinarskih organizacij so zelo različni. Nekatere (Danska, Velika Britanija, deloma Francija) so se na spremembe v poklicu odzvale tako, da so članstvo razširile na vse, ki opravljajo novinarska dela – torej tudi novinarje, ki pripravljajo prispevke za spletne strani, kataloge, interno komuniciranje ... podjetij, delajo v odnosih z javnostmi v državni upravi in gospodarstvu ... Na ta način so organizirali in vključili ljudi, ki so zaradi krize izgubili tradicionalno novinarsko delo. Organizacije so se s spremembo pravil prilagodile spremembam, ki jih poklic doživlja na trgu.

Drug odgovor novinarskih organizacij je bil, da so svoje klasične dejavnosti (kolektivna pogajanja, zastopanje v delovnopравниh sporih) in storitve prilagodile novim potrebam članstva in tako preprečile osip. Sindikati so razvili celo vrsto storitev – veliko raznolikost izobraževalnih vsebin, pravno svetovanje, karierno svetovanje, podeljevanje nagrad, specialne storitve za prekarce, kataloge samozaposlenih novinarjev na trgu, pomoč pri vstopu na trg dela, povezovanje izobraževalnih ustanov in medijev ...

Novinarske organizacije seveda iščejo tudi alternativne finančne vire, kljub vsemu pa so večinoma ostale predstavniške organizacije, ki temeljijo na reprezentativnosti in članstvu.

Nekatere novinarske organizacije, npr. v Španiji, se sprašujejo ali je pravi odgovor razvoj novih in novih storitev, menijo, da bi se novinarski sindikati morali vrniti k svoji osnovni dejavnosti – kolektivnemu dogovarjanju za čim bolj kakovostne kolektivne pogodbe, kar je največja dodana vrednost za člane sindikata in tudi najmočnejši razlog za članstvo.

Katera skupina je trenutno pri nas prioriteta, kritična, ko gre za novinarsko skupnost? Komu je treba nujno posvetiti največ (programske, društvene, uredniške, tudi družbene) pozornosti?

Najbolj kritična skupina so trenutno mladi novinarji, ki nimajo dostopa do trga dela, druga skupina so prekarci, ki se borijo za dostojne pogoje za delo in potrebujejo pomoč na vseh ravneh. Ob odpuščanjih prekarci postajajo tudi nekdanji redno zaposleni, tudi ti imajo specifične probleme, ki jih je potrebno nasloviti. Prekarce je nujno bolje organizirati.

Problem je tudi pomanjkanje dodatnega izobraževanja novinarjev sredi kariere. Ne smemo pa pozabiti tudi na lokalne in regionalne medije, ki imajo zelo specifične probleme in potrebe, ki jih društvo v tem trenutku zelo slabo nagovarja, zato v teh medijih izgubljammo članstvo.

Kakšno bi torej moralo biti DNS čez, denimo, pet let? Kaj bi moralo početi za svoje člane, kako bi moralo nastopati v družbi, kako (če sploh) bi se moralo povezovati z medijskimi uredništvi, kakšni bi morali biti viri financiranja dejavnosti, da ti ne bi ogrozili njegove samostojnosti?

Menim, da Slovenija z 2500 novinarji ne prenese in tudi ne potrebuje dveh novinarskih organizacij, zato sem prepričana, da bi Sindikat novinarjev Slovenije in Društvo novinarjev Slovenije z združitvijo samo pridobila. DNS bo vsekakor moralo najti nove vire financiranja, ki bodo omogočili, da bo lahko svojim članom ponudilo več in bolj raznoliko ponudbo storitev. To bo tudi povečalo interes novinarjev za včlanitev. Izvleči se je treba iz negativnega trenda izgube članstva – manj članov pomeni manj sredstev, kar pomeni manj kakovostnih dejavnosti, to pa spet vodi v nadaljnje padanje članstva. Tudi novinarji se morajo vprašati, kakšno novinarsko organizacijo so pripravljene financirati. Poslovni model društva nikakor ne more sloneti le na članstvu, majhnost slovenske novinarske populacije tega ne dopušča.

Dodatna sredstva je treba iskati v medijih, v kotizacijah, na razpisih, v neposrednem financiranju programov s strani različnih institucij (evropske organizacije in razpisi, veleposlaništva). A pri tem je treba paziti, da nam institucije ne vsilijo svoje agende in predvsem stališč do izpostavljenih tem. Delati je treba na etiki in zaveznitvu z javnostjo. Sponzoriranje s strani gospodarstva zaradi konflikta interesov ni primerno.

DNS čez pet let vidim kot organizacijo, ki bo tesno povezana s svojim referenčnim okoljem in tudi s populacijo, ki ji je namenjena, torej novinarji.

Priloga B: Intervju z nekdanjim predsednikom Društva novinarjev Slovenije in urednikom na časniku Večer, Matijo Stepišnikom

Ko si vstopil v novinarske vrste, kako si dojemal DNS in njegove naloge?

DNS sem videl na po svoje konservativen način. Kot stanovsko organizacijo, ki brani interese novinarjev, obenem pa vzdržuje stalno razpravo o ključnih vprašanjih za poklic in temeljnih dilemah na relaciji z javnostmi. Nenazadnje tudi kot skupino pritiska, da bi bile razmere v medijskih hišah in panogi za novinarje čim boljše, da bi jim bilo torej omogočeno čim bolj kakovostno opravljati poklic.

Kako DNS dojemate danes, ko se je vmes zgodila svetovna gospodarska kriza, kriza medijev, pa tudi tvoja aktivna vključitev v delo DNS?

DNS je zame še vedno osrednja novinarska stanovska organizacija, ki zastopa interese (včlanjenih) novinarjev in novinarstva in medijske panoge nasploh. Ne gre bežati od dejstva, da se je podobno kot mediji, predvsem časopisni, znašla v krizi, na prelomnici, ko je potrebno ob samorefektivnem obračunu z lastno pozicijo, odgovornostjo, kakovostjo storitev, ki jih zagotavljamo in verodostojnostjo narediti opraviti prestrukturiranje in prenavo. Ker so v času varčevalnih ukrepov in kratkovidnih uprav, ki ne vidijo kriznega upravljanja onkraj klasičnega cost-cut rezanja stroškov v redakcijah, na udaru tudi profesionalni standardi, poklicna etika, ker nas vse bolj potiskajo za tekoči trak »fast news« konceptov v novinarstvu, ki dolgoročno nepovratno uničujejo kakovost, integriteto in verodostojnost, je odgovornost DNS toliko večja. Skozi to prizmo sem opravil tudi moj razmislek o aktivaciji, odločitev pa je šla še korak dalje - v prevzem odgovornosti za mestu predsednika, z ekipo, za katero sem predpostavljal, da bo sposobna DNS postaviti na pot potrebnih notranjih sprememb in reform.

Se ti zdi, da je DNS dovolj močna stanovska organizacija glede na konstantni padec članstva (nekoč preko 1500, danes že pod 1000)?

DNS ima podobne težave kot časopisi z bralci. To ni čisto karikiranje. Zaradi staranja strukture našega članstva in nezadostnega pritoka mlajšega dela novinarskega ceha konstantno pada tudi članstvo. Zaradi odpuščanj, slabšanja ekonomskega položaja panoge in socialne slike članstva so nekateri v svojih lastnih varčevalnih ukrepih odjavili tudi članstvo v DNS, kar je dodatna, a zelo realna dimenzija težav za društvo. A DNS je po mojem mnenju še vedno najmočnejša, najbolj reprezentativna novinarska organizacija pri nas, ki je v zadnjem obdobju tudi okrepila svojo verodostojnost, »rejtinge« v javnosti. Ena naših prvih nalog je bila intenzivirati vsebinsko pojavnost in proaktivnost v javnosti, okoli festivala Naprej pa smo zagnali tudi projekt medijskega,

novinarskega izobraževanja. A padanje članstva je dejstvo in ne morem bežati od lastne odgovornosti. O tem sem in še veliko razmišljam. Kar mi je spodletelo, je okrepitev stikov z bazo zunaj Ljubljane, pa tudi z aktivni, ki jih imamo po medijih. Vse manj je ljudi, ki so pripravljeni delovati prostovoljno in aktivistično, vse večja je tudi splošna družbena pasivizacija, umik v zasebnost, samozanikanje težavnega položaja v poklicu in novinarstvo pri tem seveda ni izjema. Še bo treba izboljšati učinkovitost in tudi kakovost servisa, ki ga članstvu ponuja DNS, a naše kadrovske omejitve so jasne. Imamo zelo omejene vire za zaposlitve, problemov v profesiji pa je vse več, s tem pa tudi odprtih front, nalog, izzivov. A odločiti se bodo morali tudi novinarji: ali želijo novinarsko organizacijo, ki se bo dobila enkrat letno na podelitvi nagrad in zabavi ali pa polnokrvno, vse bolj potentno, aktivno DNS, za katero bodo pripravljeni ne le plačevati članarino, ampak se v njeno delo tudi aktivneje vključiti. Za boljšo prihodnost bo treba obračunati tudi z lastno hipokrizijo. V DNS poteka menjava generacij, pred tem ne gre bežati, zato smo pomemben del naših aktivnosti usmerili tudi v mlajše članstvo, ki dela v prekarnih delovnih razmerjih in se sooča z brutalnimi razmerami na trgu, ko je preboj vse prevečkrat že splet okoliščin in ne dokazovanja kakovosti in profesionalnosti.

Kako, če sploh, bi lahko moč organizacije okrepili ne da bi se ozirali na število članov, ampak na ubranitev novinarskih standardov?

Novinarski in etični standardi so seveda temeljni in ključni, tukaj ne more biti nobenih preračunavanj. A na drugi strani so izjemnega pomena tudi človeški viri, baza, ki jo ima novinarska organizacija. Lahko je organizacija najboljši branik standardov, a močno članstvo jo pozicionira kot močnega, udarnejšega, tudi verodostojnejšega sogovornika v medijski panogi, v odnosu do odločevalcev v državi ... A njene pozicije, moči ne določa le številčnost članstva, ampak seveda tudi njegova aktivnost, angažiranost, kritičnost, prisotnost, če hočete tudi glasnost in pojavnost. Aktivnega jedra DNS mi ni uspelo razširiti dovolj, čeprav se je v pomembni meri kreativna in akcijska ekipa nastala okoli festivala Naprej/Forward, ki so ga starejši novinarji vse preveč ignorirali, očitno prepričani, da vedo vse ali pa vsaj dovolj.

Kaj je to organizacijo bolj oslabilo – spremembe na medijskem trgu, ki se jim novinarski kolektivi in medijske hiše nis(m)o prilagodili, posledično pa je to vplivalo tudi na novinarsko skupnost? Ali pretekli (s politiko povezani) pretresi v DNS samem?

Dejavnikov je več (nekaj sem jih opisal že v prejšnjih odgovorih). Novinarska skupnost je (p)ostala preveč pasivna, samozadostna, morda celo preveč potopljena v čase samoumevnosti, prepričana, da se ji nič ne more zgoditi. To smo v novi vodstveni ekipi DNS spoznali v primeru Dela Revij. Šele ko je tajkun Matej Raščan začel še dobesedno fizično prazniti firmo, z odnašanjem arhivov,

slikovnega materiala, so nekateri spoznali, da je vrag odnesel šalo. Prej se je nekako zdelo, da se zanašamo, da se bo že uredilo, celo Delo Revije, za katere se je vedelo, kakšno luknjo je v njih izvrtal Raščan. Absolutni padec zavesti, da se bo za spremembe, za boljšo prihodnost novinarstva v zelo zahtevnih objektivnih razmerah pri nas - varčevanje, rezanje stroškov, slabi lastniki, odlašanje prilagajanja na nove trende, tehnološke spremembe, nove navade občinstev - treba vstati izza računalnika, je oslabil tudi novinarske organizacije. Tudi DNS. Društvo sem želel spremeniti v bolj proaktivnega »plejerja«, cehovskega zastopnika v razmerah, ki verjetno za novinarstvo še nikoli ali pa že dolgo niso bile tako zahtevne, ko smo se sredi tektonskih premikov na globalni ravni ukvarjali z lokalnimi medijskimi zgodbami - tajkunizacijo, posojanjem medijev političnim opcijam, prevladi negativne kadrovske selekcije v uredništvih, kar je bila tudi posledica tega, da so ostajali cenejši, bolj lojalni kadri, rezalo se je najdražje, a tudi najpomembnejše dele redakcij - preiskovalne novinarske time. Nočem se oklepati le objektivnih okoliščin, v katerih je bilo in še je novinarstvo. Očitno je tudi, da našega ekipnega projekta - prevzema DNS - po začetnem zagonu in ob nekaterih zelo dobrih projektih nismo uspeli razširiti še na večje število članov, nekateri pa so nas preveč in po mojem neupravičeno percipirali kot neko zaključeno ekskluzivno skupino v društvu.

Kako torej, strnjeno, ocenjuješ mandat ekipe, ki je DNS prevzela pred štirimi leti in so jo nekateri kolegi, glede na stil, program, način vložitve kandidature, označili za ekipo, ki se gre avtobusno revolucijo?

Menim, da je ekipa v mandatu naredila pomemben preskok, premik v prihodnost. Začela je obnovo DNS, njeno modernizacijo in aktivacijo, odločnejšo vrnitev v javni prostor, rehabilitacijo zaveznitva z javnostjo in zavedanje, da je (dodatno) znanje glavni adut, da bo medijski prostor v neki točki normalizirali in vanj vrnil napredek. Kot ključen projekt se je učvrstil festival Naprej/Forward, ki ima odlično mlado publiko in premalo srednje in starejše generacije. V neki točki smo opozorili tudi na to, da ni potrebno marsikaj počistiti in postoriti v lastnih vrstah, pač pa se bo treba lotiti tudi širše medijske kulture pri nas. Ki je slaba in se še slabša. Ekipa, ki je prevzela DNS leta 2011, je v pomembni meri pripravila nastavke, iz katerih pa bo možno društvo s prenovljenim UO in novim predsednikom predstaviti še eno ali dve prestavi višje.

Kakšne odzive dobivaš oziroma si kot predsednik dobival o delu DNS s terena? Je v odzivih opazen "spopad generacij"?

Odzivi iz terena so dobri, ampak jih je premalo. Kot sem dejal, je ena večjih težav našega / mojega mandata, da nam pa stikov z bazo, predvsem tisto zunaj Ljubljane, ni uspelo okrečiti. Poskusili smo s projektom regijskih novinarskih debat oziroma pogovornih večerov, ki so startali dobro, a je to eden od projektov, kjer nismo vztrajali. Spopad generacij je po svoje dejstvo. Kolega Videmšek ga

je že pred leti označil kot neizbežnega. Ne vidim ga kot nič tragičnega, verjetno je do česa takšnega prihajalo tudi prej. Gre pač za to, da so se v trenutnih okoliščinah izjemno spremenile in tudi razšle percepcije novinarstva, njegovega napredka, pristopov, načinov dela med kolegi, spremenili so se problemi, s katerimi se ukvarjajo generacije, diverzificirale so se socialne razmere, v katerih imamo v istih redakcijah ljudi, ki so zaščiteni kot kočevski medvedi, in takšne, ki so dobesedno brez pravic. Zato je prišlo tudi do določenega razkola v cehu, ki pa ni nepremostljiv. Že (samo)priznanje, da je bitka za prekarce bitka za vse nas bi bilo dovolj dober začetek. Če ne, bomo enkrat dobili za vse novinarstvo s. p. le da bodo pravice še skrčene, zahtevana produktivnost pa še bolj nečloveška, kot je marsikje že zdaj.

Katera skupina je po tvoje prioriteta, ko gre za novinarsko skupnost? Komu je treba nujno posvetiti največ (programske, društvene, tudi družbene) pozornosti?

Izobraževanju. Različnim programom. In ta hip tudi reševanju problema prekarcev. Prekarizacija se je tako zažrla v novinarstvo, da je poleg temeljne nepravilnosti, brezpravnosti nekaterih pokazala še zrušenje solidarnosti v uredništvih. Društvo sicer ne sme favorizirati nobene skupine znotraj sebe, ne po starosti ne po čem drugem. Potrebno po izobraževanju, treningih bi tako ali tako morali prepoznati vsi.

Bi lahko DNS, če bi reagiralo pravočasno, preprečilo mariborsko tragedijo? Ali so zanjo kriva leta sistematičnega neukvarjanja s standardi poročanja, etičnimi dilemami, neukvarjanje medijev samih s sabo?

DNS je na mariborsko tragedijo, kot smo priznali, reagiralo prepozno. In strinjam se, to je posledica tega, kar je kot teza predpostavljeno v vprašanju. Šele skrajno tragični epilog je v novinarske vrste vendarle prinesel spoznanje, da bo potrebno v temelje spet predebatirati, reflektirati in pregledati uredniške odločitve, novinarsko (ne)odgovornost, etiko in profesionalnost. To debato, ki bi morala biti stalna, smo opustili ali pa jo potisnili na rob prioritete. Mediji pa so se ukvarjali sami s sabo, a ne na takšen, vsebinski način, s kakovostjo, pisanjem, slabimi odločitvami. Pač pa z neurejenimi razmerami, nekompetentnimi upravami, inštaliranimi uredniki brez strokovne podlage, nestrateškimi in neodgovornimi lastniki ... Ne želim ugibati o tem, kaj bi bilo, če bi bilo ... Samomor je dejanje, ki mu vseeno ob vseh tragičnih dimenzijah, tudi medijsko zavržnih, ne gre odvzeti vse individualnosti. Je pa dejstvo, da smo se aktivnosti NČR v DNS odločili še utrditi. Gre za vitalen organ v DNS, ki bi moral imeti še več strokovne podpore v primerih, ko jo potrebuje.

Mora biti DNS samo garant za vzdrževanje standardov svojih članov ali mora po tvoje tudi aktivno poseči na medijski trg s konkretnimi projekti in produkti – medijskim servisom uredništvom, svojimi zgodbami, svojim medijem?

DNS lahko v prvi vrsti nove projekte, platforme podpre z vzpostavitvijo coworking prostora in ostale potrebne infrastrukture. Ne gre torej le za moralno podporo. Tem projektom lahko pomagamo tudi tako, da nadaljujemo z izobraževanji, delavnicami, medijskimi treningi in tako širimo tudi bazo usposobljenosti za projekte. Največja težava, ki jo vidim ta hip, je, da novinarji projekte idejno zastavijo, in to dobro, zmanjka pa nadgradnje tudi z ustreznim finančnim, poslovnim modelom, ki omogoča preživetje na dolgi rok.

Priloga C: Intervju s članico upravnega odbora Društva novinarjev Slovenije ter direktorico in odgovorno urednico informativnega in športnega programa Pop TV, Tjašo Slokar

Ko si vstopila v novinarske vrste, kako si dojemala DNS in njegove naloge?

Na začetku sem dojemala DNS kot absolutno kategorijo. Kot institucijo, ki ji moraš kot novinar pripadati. Leta 2004, ko je DNS organizirala stavko na dan volitev, sem iz protesta izstopila, ker sem jo dojela kot instrument politične manipulacije. Ponovno sem vstopila, ko se je zamenjalo vodstvo, saj sem v ljudeh, ki so prevzeli vodenje, videla garanta za vsebinsko in idejno prenovo.

Kako DNS dojemáš danes, ko se je vmes zgodila svetovna gospodarska kriza, kriza medijev, pa tudi tvoja aktivna vključitev v delo DNS in postavitev na eno najbolj odgovornih oziroma vplivnih medijskih funkcij v državi?

Enako. Kot na cehovsko organizacijo, ki mora biti vezivo med različnimi mediji, interesi, skupinami, z enim samim ciljem: da je platforma za neodvisno, pokončno, resnicoljubno novinarstvo. Čuvaj. Organizacija, ki zaščiti slehernega novinarja, ki mu kdorkoli skuša onemogočiti, da pošteno, zavzeto in brezkompromisno opravlja svoj poklic.

Katera skupina je po tvoje prioriteta, ko gre za novinarsko skupnost? Komu je treba nujno posvetiti največ (programske, društvene, uredniške, tudi družbene) pozornosti?

Mladi novinarji. Novinarji, ki so brez statusa. In novinarji, ki s svojim poročanjem razkrivajo najhujše anomalije in pri tem tvegajo vse. Tudi to, da zaradi svojega poročanja izgubijo službo.

Mora biti DNS samo garant za vzdrževanje standardov svojih članov ali mora po tvoje tudi aktivno poseči na medijski trg s konkretnimi projekti in produkti – medijskim servisom uredništva, svojimi zgodbami, svojim medijem?

Absolutno mora imeti progresivno politiko. Ni več dovolj biti samo stanovska organizacija, ki opozarja in sicer ščiti, ampak tudi spreminja medijsko krajino, spreminja medijske prakse, nudi tudi vsebinsko podporo novinarjem. Z lastnim raziskovalnim in izobraževalnim centrom. Po principu »Be the change you want to see« (sam bodi sprememba, ki si jo želiš, op. a.).

Ali lahko orišeš, kako konkretno vidiš DNS čez nekaj let? Kaj bi morale početi za svoje člane, kako bi morali nastopati v družbi, kako (če sploh) bi se morale povezovati z medijskimi uredništvi, kakšni bi morali biti viri financiranja njegovih dejavnosti, da ti ne bi ogrozili njegove samostojnosti?

DNS bo kot takšno izumrlo, če ne bo zavzelo bolj aktivnega položaja in s svojimi praksami postalo tudi izobraževalni in raziskovalni center. Zato se mi zdi, da se morajo nadaljevati procesi, ki so se v DNS že začeli z novinarskim festivalom Naprej/Forward, potrebno je poiskati vire financiranja, da se znotraj DNS ustanovi raziskovalni center, ki tudi odpira nove novinarske teme in zgodbe. Idealno bi bilo, da bi obstoj takšnega centra podpirali mediji sami, kar je glede na njihov trenutni položaj malo verjetno. Vsekakor pa je potrebno poiskati denar v Evropski uniji in med različnimi tujimi nevladnimi organizacijami, čeprav smo zaradi članstva v EU izgubili precej virov, ki takšne pobude sicer podpirajo.

Priloga Č: Spletni vprašalnik za člane Društva novinarjev Slovenije o zadovoljstvu

Q1 - Kakšna se vam zdi obstoječa ponudba medijskih novinarskih vsebin v slovenskih splošnoinformativnih medijih (Delo, Dnevnik, Večer, Finance, programi RTV Slovenija, POP TV, Kanal A, regionalni časopisi in radijske postaje ter spletni portali vseh navedenih medijev)?

slaba

povprečna

dobra

ne vem

Q2 - Kaj od spodaj naštetega po vašem mnenju velja za obstoječe slovenske splošnoinformativne medije?

Možnih je več odgovorov

uspešno razkrivajo anomalije v družbi in ekonomsko-političnem sistemu

kritično analizirajo družbeno dogajanje

dovolj temeljito obdelajo relevantne problematike, ki se jih lotijo, in primerom pridejo do dna

izpostavljajo dovolj relevantnih informacij, da si uporabnik na njihovi podlagi lahko bolje organizira življenje

v dovoljšnji meri nakazujejo rešitve za prihodnost

nič od navedenega

ne spremljam slovenskih splošnoinformativnih medijev

Q3 - Kaj v obstoječih slovenskih splošnoinformativnih medijih pogrešate, na katerih področjih po vaše ne izpolnjujejo pričakovanj javnosti, bi bili lahko boljši, drugačni?

Q4 - Kakšna bi morala biti pri zagotavljanju kakovostnih medijskih vsebin vloga Društva novinarjev Slovenije?

Možnih je več odgovorov

DNS bi moralo sproti sistematično opozarjati na kršitve novinarskih standardov, kodeksa in o tem pripravljati razprave.

DNS bi moralo okrepiti izobraževalne dejavnosti in na medijskem trgu delovali kot izobraževalni (kompetenčni) center za kakovostne novinarske vsebine.

DNS bi moralo poseči na medijski trg in (po vzoru nekaterih tujih praks) organizirati novinarsko ekipo, ki bo za obstoječe medije raziskovala zahtevnejše primere, za katere obstoječi mediji niso dovolj kadrovsko oziroma finančno močni.

DNS bi moralo na trg vstopiti kot generator novega, drugačnega medija s kakovostnimi novinarskimi vsebinami (oblikovanega glede na potrebe trga).

DNS v spremenjenih razmerah na globalnih in slovenskem medijskem trgu sploh ni več potrebno.

ne vem

Q5 - Spodaj so navedene trditve o delovanju DNS. Prosimo, da jih ocenite na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, 5 pa, da se s trditvijo popolnoma strinjate.

1 - sploh se ne strinjam 2 3 - niti niti 4 5 - popolnoma se strinjam

DNS se ustrezno odziva na razmere na slovenskem medijskem trgu.

DNS bi se moralo nehati zanašati le na članarine in okrepiti zbiranje denarja na najrazličnejših javnih razpisih, posledično pa tudi razširiti svoje delovanje.

DNS bi moralo svojo strokovno dejavnost okrepiti tudi tako, da bi del sredstev zaslužilo s komercialnim delovanjem (produkcija in prodaja kakovostnih medijskih vsebin, trženje predavanj novinarjev za nenovinarje).

DNS bi se moralo združiti s sindikatom novinarjev, ker sta kategoriji "novinarski standardi" in "socialni položaj novinarjev" med seboj že preveč prepleteni.

DNS bi moralo osrednjo pozornost v prihodnjem mandatu nameniti mladim novinarjem, ki imajo težave z vstopom na medijski trg dela.

Q6 - V kolikšni meri ste zadovoljni z delom DNS?

zelo nezadovoljen

nezadovoljen

niti nezadovoljen, niti zadovoljen

zadovoljen

zelo zadovoljen

Q7 - Če primerjate delo DNS ob začetku mandata trenutnega upravnega odbora (leta 2011) in danes, kako bi ga ocenili?

leta 2011 je bilo bolje

ostalo je enako

sedaj je bolje

Q8 - Sledi še nekaj demografskih vprašanj, ki jih potrebujemo zgolj in samo za statistične analize.

Q9 - Pri katerem tipu medija delate oziroma ste nazadnje delali?

Možnih je več odgovorov

televizija

tiskani medij

radio

spletni, mobilni, multimedijski portal

drugo:

Q10 - katero vrsto dela pretežno opravljate ali ste nazadnje opravljali?

uredniško
voditeljsko
dopisniško
terensko oziroma reportersko
redatorsko, producento oziroma novinarsko delo v uredništvu
fotoreportersko, videoreportersko
drugo:

Q11 - Kakšna je vaša oblika zaposlitve?

redna, za nedoločen čas
redna, za določen čas
pogodbena za eno medijsko hišo
pogodbena za več naročnikov
sem upokojenec/upokojenka
trenutno nimam dela
drugo:

Q12 - Kolikšen je vaš povprečni mesečni neto prihodek?

do 600 €
od 601 € do 900 €
od 901 € do 1.200 €
od 1.201 € do 1.500 €
od 1.501 do 1.800 €
nad 1.801 €
ne želim odgovoriti

Q15 - Katerega leta ste rojeni?

Q16 - Ker si prizadevamo, da bi delovanje DNS v prihodnje regionalno okrepili, prosimo, označite: - v kateri regiji trenutno živite- v kateri regiji opravite oziroma ste opravili večino svojega dela, ko ste bili še delovno aktivni- kje je sedež uredništva za katerega delate oziroma ste nazadnje delali

živim opravi večino uredništvo
 dela

- Pomurska
- Podravska
- Koroška
- Savinjska
- Zasavska
- Spodnjeposavska
- Jugovzhodna Slovenija

živim

opravim večino
uredništvo
dela

Osrednjeslovenska

Gorenjska

Primorsko-Notranjska

Goriška

Obalno-Kraška

tujina, zamejstvo

Q17 - Če želite aktivno sodelovati pri nadaljnjih aktivnostih DNS ali pa nam sporočiti konkretne programske predloge, prosimo, ob predlogih, vpišite svoje podatke (ime, priimek, e-naslov in mobilno številko). Vaša mnenja in pobude lahko kadarkoli sporočite tudi na e-naslov pisarna@novinar.com in to polje pustite prazno.