

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Barbara Smajla

**Identiteta spletnih novinarjev:  
primer 24ur.com**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Barbara Smajila

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljević

**Identiteta spletnih novinarjev:**

**primer 24ur.com**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

»Vsak človek je v določenem pogledu kot vsi drugi, kot nekateri drugi, kot nihče drug«

(Murray in Kluckhohn 1948, 35).

## **Identiteta spletnih novinarjev: primer 24ur.com**

Konvergenca spreminja tako naravo in funkcijo novinarstva, kot tudi samo novinarsko skupnost: stapljajo se identitete virov, novinarjev in občinstev, brišejo se meje med prej ločenimi delovnimi procesi, medijskimi platformami in uredništvu. Po drugi strani pa se je znotraj novinarske skupnosti ustvaril prepad med spletnimi novinarji in novinarji množičnih medijev, saj ima spletno novinarstvo še vedno drugoten status. Takšno ločevanje na »pravo« in »nepravo« novinarstvo pa nujno spodkopava identiteto novinarjev, ki jim ni priznan polnopravni status. V nalogi smo tako na konkretnem primeru novinarjev spletne strani 24ur.com želeli ugotoviti, ali se ti v odnosu do novinarjev množičnih medijev in, konkretnije, televizijskih novinarjev oddaje 24UR, s katerimi si delijo uredništvo, počutijo manj vredni oziroma po Goffmanu stigmatizirani. Skozi poglobljene intervjuje smo ugotovili, da se spletni novinarji 24ur.com počutijo marginalizirani v odnosu do drugih (ne samo televizijskih) novinarjev in da nizko vrednotijo svoje delo, kar kaže na krizo identitete, zahteva pa tudi premislek o morebitni redefiniciji novinarske skupnosti in o prihodnosti novinarstva.

Ključne besede: identiteta, novinarstvo, Goffman, stigma, splet, 24ur.com.

## **The identity of online journalists: the case of 24ur.com**

The process of convergence is changing the nature and the function of journalism, as well as the journalistic community: identities of sources, journalists and members of the audience are converging, boundaries between work routines, media platforms and newsrooms are disappearing. On the other hand, a gap emerged in the journalistic community between online journalists and mass media journalists considering the secondary status of online journalism. This kind of hierarchical separation of the »first class« and »second class« journalism is inherently undermining the identity of journalists who are considered to have lower status in the community. In our thesis, we studied the case of 24ur.com online journalists. The goal was to determine, whether they perceive themselves as inferior (stigmatized) to the mass media journalists and to the 24UR television journalists with whom they work in an integrated newsroom. In-depth interviews revealed that 24ur.com online journalists feel marginalized in relation to not only 24UR television journalists, but mass media journalists in general and that they do not value their work highly. This can be a sign of an identity in crisis and it also calls for a reflection on possible redefinition of journalistic community and on the future of journalism itself.

Keywords: identity, journalism, Goffman, stigma, online, 24ur.com.

## Kazalo

1	UVOD .....	7
2	KRIZA NOVINARSTVA, KONVERGENCA IN IDENTITETA .....	12
2.1	Konvergenca v novinarstvu in novinarsko delo .....	14
2.2	Novinarska identiteta in družbena določenost normativnih funkcij novinarstva .....	20
3	NOVINARSTVO KOT SKUPNOST .....	24
3.1	Ena ali več novinarskih skupnosti (ali nič od tega)? .....	25
3.2	Barbie Zelizer in koncept interpretativne skupnosti .....	28
4	NOVINARSTVO IN STIGMA: APLIKACIJA KONCEPTUALIZACIJE IDENTITETE KOT STIGME PO ERVINGU GOFFMANU .....	32
4.1	Goffmanov koncept identitete kot stigme .....	32
4.2	Aplikacija koncepta na spletno novinarstvo .....	41
5	METODOLOGIJA .....	43
5.1	Udeležba .....	43
5.2	Poglobljeni intervjuji .....	44
5.3	Raziskovalni subjekt: 24ur.com .....	45
6	ANALIZA .....	47
6.1	Ali identiteta spletnih novinarjev 24ur.com ustreza konceptu stigme po Ervingu Goffmanu? .....	47
6.2	Kakšno vlogo pri oblikovanju identitete spletnih novinarjev igra odnos s televizijskimi novinarji? .....	52
6.3	Kako spletni novinarji 24ur.com razumejo svojo funkcijo? .....	59
7	SKLEP .....	66
8	LITERATURA .....	69

PRILOGA A: INTERVJUJI S SPLETNIMI NOVINARJI 24UR.COM ..... 799

## 1 UVOD

Proces konvergence spremlja spreminjanje odnosov in identitet v novinarski skupnosti. Po eni strani se vse bolj stapljajo identitete novinarjev, tistih, ki se ukvarjajo z drugimi oblikami množičnega komuniciranja, in članov občinstva, ki na spletu prosto objavljajo informacije in mnenja. Po drugi strani se znotraj novinarske skupnosti pojavlja prepad med spletnimi novinarji in novinarji množičnih medijev v (samo)razumevanju novinarstva, njegove funkcije in lastnega dela v tem okviru (Singer 2003; Oblak Črnič 2007; Deuze 2007). V takšnih pogojih se lahko pojavi kriza identitete spletnih novinarjev in novinarstva, saj ni jasno, kaj takšno novinarstvo je, kaj so njegove primarne funkcije in komu je odgovorno (Poler Kovačič 2005). Spremembe v skupnosti spletnih novinarjev in posledično spremembe vloge spletnega novinarstva zahtevajo temeljit premislek o tem, kaj definira novinarje in novinarstvo.

Identiteta novinarjev se vzpostavlja s pripadanjem določenemu mediju oziroma posamezni vrsti novinarstva (televizijskemu, radijskemu, časopisnemu in/ali spletnemu) in z opravljanjem novinarstva kot poklica, ali drugače, s sledenjem »poklicne ideologije« (Russo 1998). Po eni strani torej identiteto novinarjev zaznamujejo institucionalne okoliščine, organizacijske strukture in tehnološki pogoji dela, po drugi pa vloga in funkcija, ki si jo kot »interpretativna skupnost« (Zelizer 1993) pripisujejo skozi skupne interpretacije in kolektivni spomin. V tem okviru T. Oblak Črnič (2007) meni, da se s pojavom spletnega medijskega okolja tradicionalna ideologija novinarstva kot poklica rahlja.

Pomemben dejavnik pri tem je konvergenca, ki spreminja naravo in funkcijo novinarstva v moderni družbi, piše Pavlik (2004). Avtor ob tem omenja spremembe v uredniški strukturi, v načinu dela novinarjev in v vsebini objav, preoblikujejo pa se tudi odnosi novinar-vir-občinstvo (Pavlik 2004). To v praksi pomeni, da se brišejo meje med novinarstvom in drugimi oblikami javnega komuniciranja (Deuze 2007). V okolju, kjer so novinarji le eden v množici glasov skupaj z oglaševalci, predstavniki za stike z javnostmi in državljani samimi (Deuze 2007), je vse težje ločevati med novinarskimi in nenovinarskimi vsebinami, kar je sicer ključnega pomena pri vzpostavljanju identitete novinarstva (Poler Kovačič 2004). Stapljajo pa se tudi identitete novinarjev in članov občinstva: s tem ko lahko vsak objavlja informacije in mnenja na spletu, si namreč novinar in član njegovega občinstva postajata podobna (Deuze 2009).

Zato tudi ni nič nenavadnega, da se pojavlja razkorak med spletnimi novinarji in novinarji množičnih medijev. Spletno novinarstvo je v veliki meri dojeto kot bratranec »pravega« novinarstva, internet pa kot okolje, kjer uspevajo šarlatani in prevaranti in kjer so standardi nižji od tistih v »pravem« novinarstvu (Lasica 2001 v Singer 2003). Raziskava med 106 slovenskimi novinarji kaže, da novicam na spletnih straneh večina novinarjev ne zaupa (Poler Kovačič, Erjavec in Štular 2010); raziskava med ameriškimi spletnimi novinarji pa kaže, da na spletno novinarstvo pesimistično gledajo tudi anketiranci sami, ki so prepričani, da splet spreminja fundamentalne vrednote v novinarstvu (State of the Media 2009). Ločnico med »pravim« in »nepravim« novinarstvom ustvarjajo novinarji sami (Oblak Črnič 2007), tudi spletni.

Za prihodnost novinarstva je torej pomembno raziskovati samopercepcijo spletnih novinarjev in njihove funkcije. Identiteta novinarjev je namreč koncept, povezan z vprašanji, kaj novinarji opredeljujejo kot novinarstvo, kakšno mesto ima po njihovem mnenju v družbi in kakšne primarne funkcije mu pripisujejo (glej Poler Kovačič 2005). Podobno meni Deuze (2009), ki pravi, da moramo za razumevanje novinarstva kot ideologije razumeti novinarstvo v okvirih, kako novinarji sami dojemajo svoje delo in mu dajejo smisel.

Glavna cilja diplomskega dela sta zato ugotoviti, kako se oblikuje identiteta spletnih novinarjev v tradicionalni televizijski organizaciji in kako spletni novinarji razumejo svojo družbeno funkcijo.

V raziskavo bomo vključili spletne novinarje, zaposlene v uredništvu najbolj obiskane spletne strani v Sloveniji 24ur.com (spletna stran MOSS). Temeljila bo na kvalitativnem raziskovanju, s katerim bomo dobili širok vpogled v poklicno življenje spletnih novinarjev v uredništvu 24ur.com in njihovo identiteto. Osnova bodo poglobljeni intervjuji, pri sestavljanju katerih nam bodo poleg pregledane literature v pomoč tudi dognanja in opažanja v času avtoričinega dela v uredništvu 24ur.com, ki pa, moramo poudariti, ni bilo sistematično, a kljub temu na podlagi relativno dolgega časovnega obdobja, v katerem je v uredniškem okolju opazovala delo spletnih novinarjev in z njimi tudi navezala stike in vzpostavila odnose (glej Corbetta 2003), lahko vlečemo vzporednice z dosedanjimi dognanji empiričnega raziskovanja in teoretičnih razprav v strokovni literaturi na tem področju.

Pomemben poudarek na tem mestu je predpostavka, s katero pristopamo k preučevanju identitete: prepričani smo, da identiteta ni notranja posest posameznika, ampak konstrukt, ki se oblikuje na podlagi posameznikovih notranjih in zunanjih izkustev, spoznavamo pa jo lahko skozi jezikovno posredovane oblike doživljanja samega sebe (Ule 2000, 306), k čemur



bomo stremeli v raziskavi. Zato smo se tudi odločili za kvalitativno raziskovanje, saj so bolj kot dejstva v funkcionalističnem smislu pomembne interpretacije in percepcije intervjuvancev. Ne raziskujemo namreč neke neodvisne objektivnosti, ampak subjektivno doživljanje posameznika in posameznice, skozi katero se konstituira njegova/njena realnosti.

Za raziskovanje bomo uporabili Goffmanov koncept stigme (Goffman 2008), saj na podlagi pregleda znanstvene literature predvidevamo, da se imajo spletni novinarji v odnosu do televizijskih kolegov za »neprave« novinarje in se počutijo stigmatizirani. Tovrstno ločevanje na »prave« novinarje in tiste, ki to niso, nujno spodkopava identiteto slednjih (glej Dahlgren in Sparks 1992). Raziskovanje skozi prizmo Goffmanove konceptualizacije identitete kot stigme, ki ga bomo uporabili v nalogi, sicer prinaša nov način preučevanja spletnih novinarjev v širši novinarski skupnosti in raziskovanja identitete novinarstva.

Prvo raziskovalno vprašanje se glasi: Ali identiteta spletnih novinarjev 24ur.com ustreza konceptu stigme po Ervingu Goffmanu?, nanaša pa se na to, kako spletni novinarji 24ur.com gledajo na spletno novinarstvo in spletne novinarje na sploh v odnosu do širše novinarske skupnosti ter kako se sami počutijo v vlogi spletnega novinarja. Goffmanov (glej 2008) koncept stigme je na podlagi dosedanjih teoretskih premišljevanj in empiričnega raziskovanja primeren za raziskovanje oblikovanja identitete spletnih novinarjev, saj predpostavlja obstoj dominantne in marginalizirane skupine, pri čemer prva ne izkazuje spoštovanja in priznanja drugi, ker niso uresničene norme in pričakovanja glede delovanja njenih članov, kar privede do stigmatizacije. Ker je stigma identiteta, je ključnega pomena za stigmatizacijo to, da se posameznik oziroma skupina zaveda svoje »pomanjkljivosti« in s tem sprejme stigmo. Menimo, da bi se podobno lahko dogajalo na področju spletnega novinarstva, saj nekateri avtorji zaradi posebnosti, ki jih to prinaša, govorijo o drugotnem statusu spletnega novinarstva v odnosu do tradicionalnega in o tem, da so spletni novinarji druga vrsta novinarjev (Deuze 2003). S prvim raziskovalnim vprašanjem bomo tako skušali ugotoviti, ali si spletni novinarji 24ur.com delijo prepričanje, da ima spletno novinarstvo in z njim tudi spletni novinarji drugačen status v primerjavi z novinarstvom in novinarji množičnih medijev, in če imajo, zakaj je tako.

Drugo raziskovalno vprašanje skuša natančneje raziskati vzroke identitete kot stigme, če se ta seveda pojavlja, in se glasi: Kakšno vlogo pri oblikovanju identitete spletnih novinarjev igra odnos s televizijskimi novinarji? Televizijski novinarji in spletni novinarji na Pop TV so namreč septembra lani doživeli pomembno spremembo: preselili so se v skupno uredništvo.

Fizična združitev dveh prej ločenih uredništev je del procesa konvergence, ki poleg pojava novih integriranih uredništev vključuje še spremembe v rutini dela in organizacijskih strukturah, nove oblike produkcije, spremembo novičarskih formatov in vplivu vseh teh sprememb na novinarsko delo (Vobič 2009a). Za oblikovanje identitete novinarjev je problematično tudi dejstvo, da v integriranem uredništvu trčita dve tradicionalno ločeni uredniški kulturi z lastnimi vrednotami in stereotipi o drugih novinarjih oziroma o drugih vrstah novinarjev (Singer 2004). Spremeniti se mora tudi odnos med skupinama, ki sta se znašli v skupnem uredništvu: prej tekmeči morajo postati kolegi (prav tam).

To je lahko še posebej problematično med spletnimi novinarji in novinarji množičnih medijev, saj so številne raziskave pokazale, da spletnim medijem mnogi novinarji, še posebej pa novinarji tradicionalnih medijev (Oblak Črnič 2007), ne zaupajo (glej tudi State of the Media 2009; Poler Kovačič, Erjavec in Štular 2010). Med tradicionalnimi in spletnimi novinarji zato prihaja do sporov in predsodkov, saj mnogi spletno novinarstvo dojemajo kot manj prestižno. Odnose med obojimi tako zaznamuje nelagodje, tesnoba, nezaupanje in nespoštovanje (Deuze 2004). Goffman (2008) piše, da prav prisotnost normalnih dodatno potencira občutke stigmatiziranosti pri marginalizirani skupini.

S tretjim raziskovalnim vprašanjem bomo ugotavljali, kako spletni novinarji razumejo svojo družbeno funkcijo. Novinarji so po Barbie Zelizer (1993) interpretativna skupnost, ki jo družijo diskurz, kolektivne interpretacije in kolektivni spomin ter določena stopnja avtoritete. S tem je povezano tudi dojemanje statusa: kolektivni diskurz in kolektivne interpretacije, ki jih proizvajajo, so namreč po B. Zelizer (prav tam) kazalec tega, kako se vidijo kot novinarji, s tem pa tudi percepcije svoje funkcije v družbi. Interpretativna skupnost se formira skozi ne le formalno povezovanje, ampak tudi preko neformalnih pogovorov, sestankov, avtobiografij, retrospektiv, intervjujev in številnih drugih neformalnih načinov interakcije (Zelizer 1993). Namen tega je vzdrževati relativno koherentno sliko novinarstva, kakršno je in kakršno bi moralo biti (Deuze 2005).

Zelizer (2010) piše, da se novinarji na spreminjajoče se okoliščine v novinarstvu odzivajo s spreminjanjem svojih rutin in interpretativnih strategij. Zato da skupnost ostane nespremenjena, morajo vzdrževati kolektivnega interpretacije tega, kar počnejo, lasten diskurz in načine pripovedovanja. S tem se na podlagi tega, kar novinarji počnejo, reproducirajo kolektivne interpretacije občutka skupnosti ter pomen in avtoriteta novinarstva (Zelizer 2010).

Glede na to da je novinarstvo dejavnost, usmerjena v delovanje za javni interes, torej javnost, je za definicijo novinarjev in novinarstva pomemben poudarek na tem, kaj slednji ponujajo svojim odjemalcem (Splichal 2000). Vobič (2009a) na podlagi tega našteva pet normativnih funkcij novinarstva, ki se med seboj ne izključujejo oziroma se lahko uveljavljajo hkrati. To so mediativno novinarstvo, za katero je ključno posredovanje objektivnih informacij, odvetniško novinarstvo, pri čemer novinarji (re)producirajo družbeno moč in zagovarjajo interese določenih skupin, razsvetljensko novinarstvo, za katerega je značilno vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje, zabavanje odjemalcev z novinarskimi vsebinami oziroma razvedrilno novinarstvo ter komunitaristično novinarstvo, kjer novinarji spodbujajo deliberacijo med državljani, identificirajo probleme in predlagajo rešitve.

V raziskavi nas bo tako zanimalo, ali obstaja razkorak med tem, kar spletni novinarji opredeljujejo kot dobro novinarstvo, in tem, kar uresničujejo vsak dan v svojem delu. Raziskovali bomo tudi, kaj razumejo kot primarno funkcijo novinarstva, in ali je to skladno z njihovo percepcijo lastne vloge v družbi. Če se bo izkazalo, da se funkcija novinarstva oziroma percepcija le-te v spletnem okolju spreminja, to pomeni, da je potrebno novinarstvo in identitete (spletnih) novinarjev nujno osmisliti na novo, saj je to ključno za vzdrževanje konceptualno koherentnega razumevanja o tem, kaj novinarstvo sploh je (Deuze 2005).

## 2 KRIZA NOVINARSTVA, KONVERGENCA IN IDENTITETA

“Stanje ameriškega novinarstva v prvem desetletju 21. stoletja lahko opišemo z eno samo nesrečno besedo: kriza.” Tako v svojem poročilu iz leta 2007 zapiše William Powers (v McChesney 2008, 117). Dahlgren (2009) medtem piše o somraku in stiski novinarstva, Jones (2009) se v svoji knjigi *Losing the News* z nostalgijo spominja “dobrih starih časov” in opozarja, da prave novice izginjajo iz medijev, Gitlin (2009) našteva več kriz v novinarstvu, Hachten (2005, xi) pa omenja “globoko zaskrbljenost” glede stanja v novinarstvu.

Ta zaskrbljenost sicer še zdaleč ni nekaj novega. Johnston (v Hachten 2005, 53) je že leta 1979 pisal o tem, da so mediji preveliki in premočni, da jih nadzoruje le peščica ljudi s preveliko močjo in vplivom, da je podajanje novic in informacij, ki niso vedno v interesu javnosti, preveč standardizirano in da je preveč pozornosti namenjene govoricam, tračem, trivialnostim, seksu in nasilju, premalo pa pomembnim socialnim, ekonomskim in političnim dogodkom in trendom. Zveni znano? Campbell (2004) je prepričan, da je edina razlika med kritikami, ki so v preteklosti letele na novinarstvo, in tistimi sodobnimi njihov obseg in dejstvo, da so bile v preteklosti omejene na nacionalni okvir, z globalizacijo pa so tudi te presegle meje nacionalnih držav, konec koncev pa tudi okvir akademskega preučevanja.

Nekatere teme so danes tako še bolj aktualne: razprave o krizi se večinoma osredotočajo na problem tabloidizacije in z njo povezana vprašanja o kakovosti, podrejenost kapitalu in spreminjanje občinstev ter na pretesno povezanost novinarstva s političnimi in ekonomskimi elitami (Dahlgren 2009).

V tem duhu McChesney sodobno krizo v novinarstvu opisuje s pojmi, kot so korupcija, zaton raziskovalnega novinarstva, propad notranje- in zunanjepolitičnega poročanja, absurdna tekma ob poročanju o kampanjah, propad lokalnega novinarstva, prevladovanje novic o zvezdnikih in škandalih (2008, 118).

Gitlin (2009) našteva več kriz v novinarstvu: upadanje naklad časopisov in posledično upad prihodkov od oglaševanja, razpršitev pozornosti občinstev in zmanjšano avtoriteto medijev.

Campbell (2004) poleg upadanja bralne javnosti in tabloidizacije dimenzijam krize dodaja še upadanje raznolikosti, tako kar se tiče raznolikosti v vsebini medijskih produktov kot tudi lastništva medijskih organizacij. S slednjim se veliko ukvarja tudi Bagdikian (2004), ki o

najmočnejših ameriških medijskih konglomeratih, ki imajo v lasti veliko večino medijev, govori kot o kartelu in oligarhiji Velikih petih.

Korporativnost v svoji knjigi *We the Media* (2004) problematizira tudi Gillmore. Prepričan je, da moderna struktura novinarske industrije goji nevaren konzervativizem, tako v poslovnem kot v političnem smislu, kar pa predstavlja grožnjo prihodnosti novinarstva in novinarjev. Ob tem posebej izpostavlja problem že omenjenega korporativnega novinarstva, ki prevladuje dandanes. Ta namreč po njegovem mnenju na račun zniževanja kakovosti povečuje kratkoročne dobičke, a znižuje zaupanje javnosti. Prav takšne taktike nas na koncu lahko uničijo, še dodaja Gillmore (2004, 11).

O spremembah v novinarstvu piše tudi Dahlgren (1996). S povečevanjem količine informacij in njihovo zgoščenostjo se zaostreje bitka za pozornost, hkrati pa se brišejo meje med novinarskimi in nenovinarskimi vsebinami, meni avtor. Infotainment je postal del novinarskega vsakdana. Identitete novinarjev se s spreminjanjem novinarskega dela spreminjajo in postajajo vse bolj heterogene. Po mnenju Dahlgrena bi se lahko nekega dne stopile z identitetami drugih javnih komunikatorjev. Avtor ob tem poudarja še vrsto možnosti za manipulacijo, kar pripisuje digitalnim tehnologijam in naravi množičnih medijev, ki vse večjemu občinstvu ponujajo informacije, s katerimi to nima nobenih izkustvenih povezav. Tudi to je povezano s še eno spremembo v svetu sodobnega novinarstva: zmanjšuje se občinstvo, zainteresirano za resne novice, in vse večja postaja množica, ki išče zgolj zabavo. Dahlgren sicer piše o trendih v novinarstvu na sploh, a dodaja, da so ti očitni tudi na spletu (Dahlgren 1996).

Splet je zagotovo pomemben del novinarstva, nekateri menijo celo, da je generator sprememb v novinarstvu (Bardoel in Deuze 2001), vendar ali lahko samo pojavu spleta pripišemo vse te tranzicije in transformacije? Campbell (2004) je prepričan, da nove tehnologije spreminjajo vse vidike novinarstva. Dejstvo je, da ima dostopnost do informacij iz domačega naslanjača posledice za naklado časopisov in prihodke oglaševalcev (Fuller 2010), dejstvo je tudi, da zaradi spleta skupnosti oziroma občinstva niso več omejena na nacionalnost in da se torej spreminjajo (Singer 1998), vendar pa bi bilo preveč poenostavljeno trditi, da je generator vseh teh sprememb izključno tehnologija. Razlogi niso ne preprosti ne enodimenzionalni, piše Pavlik in dodaja, da gre za sklop ekonomskih, regulatornih in kulturnih dejavnikov, ki jih poganjajo tehnološke spremembe (Pavlik 2001).

Živimo v času komunikacijske in informacijske revolucije, meni McChesney (2007) in dodaja, da je nastopil kritični trenutek (ang. critical juncture), da novinarstvo definiramo na novo. Pavlik (2001) se strinja, da se v novinarstvu dogajajo fundamentalne spremembe, kakršnim nismo bili priča vse od pojava peni tiska (ang. penny press) sredi 19. stoletja. Rojeva se namreč nova vrsta novinarstva, ki jo zaznamujejo vseprisotne novice, dostop do globalnih informacij, instantno poročanje, interaktivnost, multimedijškost in popolno prilagajanje vsebin uporabniku (prav tam), pa tudi spreminjanje temeljnih odnosov v medijih in novinarstvu – odnosov med novinarji, njihovimi viri in člani njihovega občinstva (Pavlik 2004).

Da se novinarstvo, kakršnega smo poznali, približuje svojemu koncu, je prepričan tudi Deuze (2007, 141): meje med novinarstvom in drugimi oblikami množičnega komuniciranja izginjajo, komercializacija in združevanje različnih vrst medijev postopoma brišeta značilne identitete uredništev in njihovih vsebin, novinarji, ki še vedno vztrajajo v svoji tradicionalni nacionalni orientiranosti, izgublajo stik z družbo, ki je hkrati globalna in lokalna, nikakor pa ne več nacionalna. V luči teh sprememb mnoge skrbi, da bi bilo novinarstvo lahko v nevarnosti, da njegova vloga in funkcija osrednjega gonila demokracije preprosto izgineta (Allan 2005).

S tem se bomo ukvarjali v diplomski nalogi. Zajeti vse dimenzije krize v sodobnem novinarstvu bi bil prevelik zalogaj, pa tudi nesmiselno početje glede na naslov in temo, ki smo si ju izbrali. Zato se bomo osredotočili le na spremembe, ki jih v novinarstvo in med novinarje prinaša konvergenca.

## **2.1 Konvergenca v novinarstvu in novinarsko delo**

Konvergenca v novinarstvu se je v takšni obliki, kot jo preučujemo danes, začela v 90. letih prejšnjega stoletja s pojavom mobilnih telefonov, kompaktnih diskov, DVD-jev, spletnih brskalnikov, elektronske pošte in uporabe računalnikov v šolah, službi in prostem času (Hirst 2011). Prelomna točka je bila evolucija interneta v tako imenovani Internet 2.0 s svojimi socialnimi omrežji in številnimi aplikacijami, do katerih smo lahko začeli dostopati kar preko mobilnih telefonov. Močno se je namreč povečala interakcija med uporabniki, komunikacijski tok pa se je preoblikoval iz enosmernega v dvosmernega (prav tam).

Poudariti je treba, da konvergenca ni v vzročno-posledičnem razmerju s tehnologijo, oziroma da tehnologija sama ne more biti odločilni dejavnik, saj poteka na več nivojih: tehnološkem,

profesionalnem in kulturnem, kombinacija vseh teh pa ustvarja konvergenco v novinarstvu. (Bardoel in Deuze 2001).

To pomeni, da se brišejo meje med produkcijo in potrošnjo, med ustvarjanjem in uporabo medijev in med aktivnim in pasivnim opazovanjem posredovane kulture (Deuze 2008, 103).

Vobič (2009a, 5) piše, da je konvergenca postopen globalen proces povečanega sodelovanja, kolaboracije in kombiniranja tehnologij, osebja in prostorov med prej različnimi skupinami tiska, televizije in spleta (glej tudi Singer 2004). S pojmom označuje pojav novih uredništev, spremembe v rutini dela in organizacijskih strukturah, ki so povezane z novimi oblikami produkcije, spremembe novičarskih formatov v medijih in vpliv vseh teh sprememb na novinarsko delo (Vobič 2009b).

Jenkins (2006, 2) konvergenco opredeli kot pretok vsebin med različnimi medijskimi platformami, kot sodelovanje med različnimi medijskimi industrijami in kot spremembe v občinstvih, ki so pripravljena iti skoraj kamor koli, da bi potešili željo po izkušnji zabave. Spreminjajo se, skratka, odnosi med obstoječimi tehnologijami, industrijami, trgi, žanri in občinstvi (Jenkins 2004).

Pavlik (2004) meni, da konvergenca spreminja pokrajino novinarstva in novičarske medije na vrsto načinov: razvijajo in preoblikujejo se uredniške strukture, prakse novinarjev in vsebina novic, pomembno transformacijo pa doživljajo tudi odnosi novinar – vir – občinstvo. Avtor pojmu dodaja še ekonomsko dimenzijo: konvergenca v novinarstvu pomeni tudi konvergenca v lastništvu novičarskih in drugih medijev (prav tam).

Te spremembe Pavlik natančneje opredeli v knjigi Journalism and new Media (2001; glej tudi Pavlik 2000): prvič, spreminja se narava novinarskih izdelkov oziroma vsebin, drugič, spreminja se način dela novinarjev, tretjič, temeljne spremembe doživlja struktura uredništev in novinarske industrije, in četrtič, na novo se oblikujejo odnosi znotraj medijskih hiš in med njimi, med novinarji in njihovimi občinstvi, viri, tekmeči, oglaševalci in vladami.

Spreminja se, skratka, tako način produkcije novic kot tudi način uporabe medijev (Jenkins 2006).

Pri tem moramo vedeti, da konvergenca ni končna točka, ampak proces (prav tam), ki ni enoten in homogen v vseh medijih in v vseh državah in se pojavlja v različnih oblikah in razsežnostih, ima različne izide in ustvarja različne organizacije (Vobič 2009b). Ne smemo je

torej razumeti kot univerzalen proces. Dokaz je dejstvo, da večina prebivalstva še vedno nima računalnika oziroma dostopa do interneta (spletna stran Internet World Stats). Temu avtorji, ki se ukvarjajo s spletom, pravijo tudi digitalna ločnica (ang. digital divide; glej Hirst 2011).

Konvergenca v osnovi izvira iz dveh odnosov: iz odnosa med novinarskim delom in tehnologijo ter iz konflikta med novinarskimi normami oziroma vrednotami in zahtevami trga (Vobič 2009b). Po eni strani gre torej za digitalizacijo produkcije v novinarstvu, po drugi pa za turbulentno finančno situacijo na globalnih medijskih trgih, na katero vpliva fragmentacija, upadanje naklad časopisov, stagnacija televizijskih občinstev, predvsem pa sledenje dvema nasprotujočima si ciljema: izboljšanju kakovosti novinarstva in hkrati racionalizaciji procesa produkcije novic (prav tam).

Jenkins slednje pojasnjuje s pojmovanjem konvergence kot procesa, vodenega od zgoraj navzdol (2006, 18): medijska podjetja se učijo, kako pospešiti in razširiti pretok vsebin in s tem zmanjšati stroške produkcije ter povečati dobiček. Da je konvergenca navadno vsiljena od zgoraj, se strinja tudi Deuze (2004) in ob tem opozarja, da gre v številnih primerih zgolj za varčevanje denarja, kar spremlja splošno nerazumevanje novinarjev in pomanjkanje vizije vodstva.

Vendar pa je konvergenca hkrati tudi od spodaj navzgor gnan proces, meni Jenkins (2006), kar pomeni, da ga pospešujejo uporabniki. Ti se učijo, kako uporabljati in izkoriščati različne tehnologije sebi v prid in kako bolj polno sodelovati v skupnosti in v kulturi. Korporativna in ljudska (ang. grassroots) konvergenca včasih delujeta spodbudno ena na drugo in zbližujeta producente in uporabnike, včasih pa se zarotita ena proti drugi (Jenkins 2006, 18).

Če strnemo: v okviru konvergence v novinarstvu torej govorimo o spremembah načina dela in o novih oblikah produkcije ter o spremembah novičarskih formatov v medijih (Vobič 2009), oziroma o konvergenci na tehnološkem in poklicnem nivoju ter na nivoju uredniške kulture (Bardoel in Deuze 2001).

Tehnologija je vedno vplivala na novinarsko delo; lahko bi celo rekli, da ga je do neke mere določala. Zato jo pogosto dojemamo kot prinašalko številnih groženj in možnosti. Vendar pa se moramo zavedati, da tehnologija ni neodvisen dejavnik, ki od zunaj vpliva na novinarje, ampak jo moramo preučevati v okviru implementacije in ugotavljati, kakšne spremembe prinaša v ustaljene delovne prakse. (Deuze 2007)



Pavlik (2001) v tem smislu piše o temeljnih spremembah poročanja in pripovedovanja v spletnem okolju, čemur Dahlgren (1996) pravi medijska logika spleta. Zanj je značilnih pet dimenzij: širok spekter načinov pripovedovanja, hipermedijalnost, povišana stopnja vpletenosti občinstva, dinamične vsebine in prilagajanje uporabniku (Pavlik 2001, 4). To v praksi pomeni vključevanje več medijskih platform v pripovedovanje zgodbe, povezovanje zgodbe z drugimi informacijami na drugih spletnih straneh ali drugih digitalnih medijih, vključevanje in upoštevanje občinstev pri načinu pripovedovanja, takojšnjost poročanja in konstantno posodabljanje informacij (prav tam). Dahlgren (1996) te ključne elemente medijske logike strne v koncept multimedijalnosti, hipertekstualnosti in interaktivnosti, omenja pa tudi arhivskost in figurativnost.

Če pojme povežemo s konvergenco, lahko rečemo, da gre za konvergenco različnih vrst medijev oziroma različnih medijskih platform (multimedijalnost) (Dahlgren 1996), konvergenco prej ločenih vsebin različnih medijev (hipertekstualnost) in konvergenco funkcij pošiljateljev in prejemnikov sporočil (interaktivnost) (Singer 1998). Vse to pomembno spreminja vsebine na spletu.

Poudariti je sicer treba, da "ostaja uresničevanje idejnih zasnov spleta zgolj poljubna izbira uredniških politik, ne pa tudi normativna zaveza novinarskega ustvarjanja, s tem pa splet slabo izkoriščen in mediji v spletnih različicah le skromen posnetek ali podaljšek njihovih klasičnih dvojnikov" (Oblak Črnič 2007, 44) in da gre pravzaprav zgolj za ideale, ki jih prinaša splet in ne za realno udejanjanje le-teh, ali kot jim pravi Domingo (2006), za utopije spletnega novinarstva. Spletne vsebine imajo, skratka, velik potencial, vendar pa uresničevanje le-tega ostaja vprašljivo.

S tem je tesno povezano tudi novinarsko delo in spremembe, ki se dogajajo na tem področju. Beseda, ki opisuje sodobne novinarje, je večveščinskost (ang. multiskilling), kar pomeni obvladovanje številnih veščin in sposobnost sporočanja v različnih semioloških vrstah za različne medijske platforme (Vobič 2009b). Nekateri avtorji so prepričani, da so novinarji prihodnosti tisti, ki gredo na teren, posnamejo video material, fotografije, opravijo pogovore in intervjuje, že na terenu naložijo material na splet in celo napišejo zgodbo, torej takšni, ki samostojno opravijo vse delo (ang. backpack journalists; glej Stevens 2002). Tudi te spremembe v njihovem delu bi lahko opredelili kot konvergenco, in sicer kot konvergenco prej različnih vlog in nalog medijskih strokovnjakov.

Kako na to gledajo novinarji? V veliki meri se sicer strinjajo, da jim nove tehnologije ponujajo nove možnosti pri delu in da je to za njihovo kariero dobro (Singer 2004), vendar pa imajo spremembe tudi negativne posledice. Številni opozarjajo na dejstvo, da gre večveščinskost z roko v roki z odpuščanji v medijskih organizacijah, kar pa pomeni več dela za tiste, ki ostanejo v na novo nastalih integriranih uredništvih (Bromley 1997 v Deuze 2007, 142). Ti tako tudi nimajo več časa odhajati na teren, ampak morajo večino novic objavljati kar iz pisarne (Klinenberg 2005), čemur nekateri avtorji pravijo novinarstvo izpred ekrana in zasvojenost s tipkovnico (ang. keyboard addiction; Dahlgren 1996). Poročanja s kraja dogodka je tako v resnici vse manj (Pavlik 2000; Deuze 2003), bolj kot na točnosti pa je poudarek na hitrosti (Singer 2003). Novinarji se zato počutijo bolj pod pritiskom, svoje delo dojemajo kot bolj stresno in hitreje 'izgorevajo' na delovnem mestu (Deuze 2007).

Ornebring (2010) ob tem tudi opozarja, da novinarsko delo ne zahteva obvladovanja vse večjega nabora veščin, ampak da gre zgolj za drugačne veščine, predvsem tehnične narave, in da se pomen klasičnih novinarskih veščin pravzaprav zmanjšuje, Bromley (1997 v Ursell 2001, 176) pa k temu dodaja, da bi novinarji lahko sčasoma postali le podaljšek računalnikov. Kritičen je tudi Hardt (1996), ki meni, da se v takšnih pogojih spreminjata tudi status in avtoriteta novinarjev, da se poslabšuje njihov položaj in zmanjšuje nabor potrebnega znanja in veščin.

V spletnem okolju je spremenjena tudi vloga urednikov (Singer 2003). Zaradi želje po hitrosti, novosti in kontroverznosti zgodbe pred objavo ne prebere nihče, razen novinarja, in s tem ne prepreči objave včasih neprimernih ali celo izmišljenih informacij (prav tam). Vloga urednika je, skratka, zreducirana (Maynard 2000).

Zreducirana je novinarjeva vloga nadzornika nad tokom informacij v javni sferi (ang. gatekeeper role) na sploh, saj so novinarji le še eden od mnogih glasov v javnem komuniciranju – skupaj s strokovnjaki za odnose z javnostmi, oglaševalci in državljani samimi, ki informacije in mnenja objavljajo na blogih, podcastih in socialnih omrežjih (Deuze 2007). Ta dezintermediacija, kot procesu pravi Deuze (prav tam), briše vlogo novinarja kot tradicionalnega posrednika med javnimi institucijami in uporabniki novic, s tem pa je izzvana ena od temeljnih resnic v novinarstvu: da novinarji določajo, kaj javnost izve, vidi in prebere (Deuze 2004).

Bardoel in Deuze (2001) pojasnjujeta, da se spremembe med novinarji in člani njihovih občinstev dogajajo na treh ravneh: v smislu tehnološke konvergence, zaradi česar člani

občinstva lahko sami iščejo informacije in dostopajo do njih; v smislu sprememb v občinstvih, ki niso več nacionalno orientirana, ampak bolj globalna in hkrati bolj fragmentirana; in, nenazadnje, v smislu sprememb v novinarskem poklicu, ki je bolj kot kdaj prej osredotočeno na želje in zahteve občinstev (Deuze 1999) in ki bolj kot skupnosti služi interesom potrošnikov (Bardoel in Deuze 2001).

Dejstvo je torej, da se s spletno komunikacijo temeljito spreminjajo odnosi med novinarji, njihovimi viri in občinstvi (Pavlik 2001; Pavlik 2004). Še več, brišejo se meje med identitetami teh treh prej ločenih skupin. Kot primer Pavlik (2004) navaja bloge, na katerih avtorji, ki niso odvisni od nikogar ter nikomur podrejeni, objavljajo novice, ki jih tradicionalni in spletni mediji velikokrat ne objavijo. Avtor takšnega bloga je po Pavlikovem mnenju (prav tam) lahko novinar, vir in bralec (član občinstva) hkrati.

Deuze (2009) temu pravi konvergenca od spodaj navzgor: pojavi se, ko občinstvo uporablja in kombinira več različnih medijev, vrst tehnologije, žanrov in ki ob tem tudi soustvarja vsebine. V globalizirani družbi ima namreč vsak pravico razširjati informacije in mnenja, vse več ljudi pa ima tudi možnosti za to, kar pa pomeni, da si postajata novinar in član njegovega občinstva podobna (prav tam). Novinarji se tako počutijo vse bolj ogroženi in negotovi glede svojega poklica (prav tam), saj je vse bolj omajana prepričanost v obstoj kakršne koli novinarske ekspertize in dominacije nad odločitvijo o tem, kaj bo objavljeno (Lowrey in Anderson 2005).

Če gre po eni strani za vse večje stapljanje identitet novinarjev, tistih, ki se ukvarjajo z drugimi oblikami množičnega komuniciranja, in članov občinstva, ki na spletu prosto objavljajo informacije in mnenja, pa odnose med novinarji znotraj novinarske skupnosti (prav zato) zaznamuje nerazumevanje. Med spletnimi novinarji in novinarji tradicionalnih množičnih medijev se namreč pojavlja prepad v (samo)razumevanju novinarstva, njegove funkcije in lastnega dela v tem okviru (Singer 2003; Oblak Črnič 2007; Deuze 2007). Hkrati pa prav ti, tradicionalno ločeni uredniški kulturi z lastnimi vrednotami in stereotipi o drugih novinarjih oziroma o drugih vrstah novinarjev, trčijo v novih integriranih uredništvih, ki nastajajo kot posledica konvergence (Singer 2004). Prej tekmeči morajo tako kljub svojim pomislekom postati kolegi (prav tam). To je lahko še posebej problematično med spletnimi novinarji in novinarji množičnih medijev, saj so številne raziskave pokazale, da spletnim medijem mnogi novinarji, še posebej pa novinarji tradicionalnih medijev (Oblak Črnič 2007), ne zaupajo (glej tudi State of the Media 2009; Poler Kovačič, Erjavec in Štular 2010). Spletno

novinarstvo je namreč v veliki meri še vedno dojeta kot novinarstvo, kjer uspevajo šarlatani (Lasica 2001 v Singer 2003).

## **2.2 Novinarska identiteta in družbena določenost normativnih funkcij novinarstva**

V okolju, kjer konvergenca briše meje med novinarstvom in drugimi oblikami javnega komuniciranja, kjer so novinarji le eden v množici glasov skupaj z oglaševalci, predstavniki za stike z javnostmi in državljani samimi (Deuze 2007) in kjer se stapljajo identitete novinarjev in njihovih občinstev (Deuze 2009), je vse težje ločevati med novinarskimi in nenovinarskimi vsebinami, kar je sicer ključnega pomena pri vzpostavljanju identitete novinarstva in s tem njegove funkcije v družbi (Poler Kovačič 2004). Novinarstvo zaradi vseh teh sprememb ne bo izginilo (Deuze 2009), čeprav nekateri avtorji dopuščajo možnost, da bi se lahko v tolikšni meri spremenilo, da bi se spojilo z drugimi poklici, ki se ukvarjajo z javnim komuniciranjem (glej Dahlgren 1996). Takšna neprepoznavnost identitete pa pomeni neopredeljenost smisla novinarstva in je kazalnik krize njegovega bistva in smiselnosti njegovega obstoja (Poler Kovačič 2004).

*Identiteta novinarstva je identičnost, istovetnost novinarstva "s samim seboj" oziroma s tem, kar naj bi novinarstvo bilo v skladu s samoistovetenjem novinarstva kot profesije in kar novinarji izražajo v obliki profesionalnih norm oziroma kodeksov, in s tem, kar novinarstvu kot njegovo funkcijo prisojajo drugi (družbena odgovornost, uresničevanje sporočanjских pravic, nadzor oblasti ipd.) Identiteta novinarstvu podeljuje smisel, na njeni osnovi lahko sklepamo o njegovem pomenu in poslanstvu. Neprepoznavnost identitete pomeni neopredeljenost smisla novinarstva, je kazalnik krize njegovih temeljev, bistva in smiselnosti njegovega obstoja (Poler Kovačič 2004, 87).*

Podobno piše Donsbach (2010), ki pravi, da novinarstvo kot poklic ne izginja, izginja pa njegova družbena funkcija. Če namreč vse manj ljudi išče verodostojne informacije, ki naj bi jih zagotovili novinarji skozi proces raziskovanja, preverjanja in točnega predstavljanja, in če takšnim informacijam vse manj ljudi zaupa (glej tudi Gitlin 2009; Hachten 2005), to pomeni, da novinarstvo izgublja svojo osnovno funkcijo – vzdrževati pogoje za obveščeno, demokratično družbo (Donsbach 2010).

Kje se torej lotiti preučevanja identitete novinarstva? Identiteta novinarstva temelji na funkciji obveščanja javnosti (Poler Kovačič 2004), saj gre za dejavnost, ki je usmerjena v delovanje za

javni interes, torej delovanje za javnost (Splichal 2000). Zato je treba funkcije novinarstva in novinarjev opredeliti v okviru tega, kaj ponujajo svojim odjemalcem (prav tam).

Splichal (2000) in Vobič (2009a) pišeta o štirih normativnih vrstah novinarstva, ki se med seboj ne izključujejo oziroma se lahko uveljavljajo hkrati. To so mediativno novinarstvo, za katero je ključno posredovanje objektivnih informacij, odvetniško novinarstvo, pri čemer novinarji (re)producirajo družbeno moč in zagovarjajo interese določenih skupin, razsvetljsko novinarstvo, za katerega je značilno vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje, zabavanje odjemalcev z novinarskimi vsebinami oziroma razvedrilno novinarstvo ter komunitaristično novinarstvo, kjer novinarji spodbujajo deliberacijo med državljani, identificirajo probleme in predlagajo rešitve. (Vsakega od modelov spremljajo številne kritike, vendar za potrebe naloge te niso pomembne in jih zato tu ne bomo vključili.)

Mediativno novinarstvo predpostavlja iskanje objektivnosti in uresničevanje ostre delitve med dejstvi in mnenji v novinarskem sporočanju. Tej vrsti pravimo tudi odbiraljska (ang. gatekeeping model), zanjo pa je značilno, da novinar odbira iz množice informacij in pošteno, celovito, nepristransko ter uravnoteženo poroča o novicah ali jih s komentiranjem postavlja v določeno politično, ekonomsko in kulturno perspektivo (Vobič 2009a, 24), pri čemer strogo ločuje med dejstvi in mnenji oziroma komentarji (Janowitz 1975/2008). Gre za model, po katerem naj bi novinarstvo državljanom služilo kot vir objektivnih informacij, na podlagi katerih se ti odločajo in participirajo na volitvah (prav tam). Takšno novinarstvo bi lahko opisali tudi z metaforo ogledala, saj predpostavlja objektivno realnost, ki jo novinarji le zrcalijo oziroma o njej verodostojno poročajo (Poler Kovačič 2005, 160-161).

Odvetniško novinarstvo predpostavlja informirane novinarje, katerih naloga je interpretirati družbeno dogajanje in ponujati smernice, kako v tem okolju delovati (Vobič 2009a, 25). Takšno novinarstvo je odziv na omejitve mediativnega novinarstva in stroge objektivnosti in s tem zanemarjanje določenih družbenih perspektiv ter nesprejemanje osebne in politične odgovornosti (Janowitz 1975/2008). Izhodišče takšnemu novinarstvu, ki se je pojavilo v 60. letih prejšnjega stoletja, je ležalo v prepričanju, da obstaja veliko tekmujočih interesov in različnih skupin, ki vsaka po svoje prispevajo k definiranju realnosti (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 49). Novinar mora biti odvetnik predvsem tistim, ki v medijskih reprezentacijah nimajo svojega predstavnika, in izpostavljati mora posledice, ko se poruši oblastno ravnotežje (Janowitz 1975/2008), kar pa ni vedno mogoče "z uporabo znanstveno osnovanih metod novinarske objektivnosti" (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 46). Novinar mora namreč aktivno

participirati v procesu takšnega poročanja (Janowitz 1975/2008, 46). Nekateri avtorji takšen model povezujejo s ponovnim vključevanjem volivcev v aktivno participacijo v političnem življenju (Vobič 2009a, 25).

Razsvetlensko novinarstvo ponuja še več: vzgojno, izobraževalno in kritično sporočanje (Splichal 2000, 48). Novinarstvo torej ni samo posredovalec informacij, ampak prevzema vlogo varuha demokracije: novinarji razkrivajo zlorabe politične in ekonomske moči na strani njenih nosilcev in soustvarjajo oblast. Ta model izhaja iz koncepta novinarstva kot četrte veje oblasti (ang. fourth estate) oziroma psa čuvaja (ang. watchdog) (Vobič 2009a, 26-27), medijem pa nalaga nalogo bdeti nad oblastjo in jo nadzirati, saj tega ne more opravljati in ne bo opravljal nihče drug, demokracija pa je od tega odvisna (Knowlton 1995 v Poler Kovačič in Erjavec 2011, 46). Kot piše Scheuer (prav tam), so splošne odgovornosti novinarjev, da obveščajo javnost o dejstvih, pomembnih za izvajanje državljanskih dolžnosti, da razlagajo in pojasnjujejo ta dejstva tako, da jih umeščajo v kontekst, da nadzirajo posameznike in institucije ter preprečujejo morebitne zlorabe oblasti ter da zagotavljajo prostor za javno razpravo in polemiko.

Razvedrilno novinarstvo, za katerega številni avtorji menijo, da je v porastu (glej na primer Splichal in Sparks 2000; Splichal 2000; Poler Kovačič 2004; Dahlgren 2009; Hachten 2005; Campbell 2004), ob bok informiranju in interpretiranju družbenega dogajanja postavlja zabavno funkcijo (Vobič 2009a, 27), kar pomeni vse manjši poudarek na politiki, ekonomiji in družbenih problemih, vse večji pa na športu, škandalih in zabavi ter zasebnemu življenju tako zvezd kot običajnih ljudi (Sparks 2000, 11). Gre za odmik od obveščanja in poudarek na zabavi ter premik od tega, kaj gledalci potrebujejo ali naj bi potrebovali, proti njihovim željam in zahtevam (prav tam) oziroma za razumevanje novinarstva kot spreminjajoče se entitete, ki jo oblikujejo komercialni imperativ, dovršena uporaba komunikacijskih tehnologij politikov in njihovih svetovalcev ter razvedrilne navade državljanov (Bennett 2003 v Vobič 2009a, 28). Takšno novinarstvo navadno povežemo z mešanjem informativnih vsebin in zabave, čemur pravimo infotainment (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 50). Kot piše McNair (2005), se lahko zgodi, da novinarstvo zabava, četudi se trudi zgolj obveščati. Športno novinarstvo, prispevki o življenjskemu slogu, o potovanjih in o slavnih osebah tako res predstavlja uporabne informacije, vendar pa jih javnost spremlja predvsem zaradi razvedrila in ne zaradi potrebe po obveščeniosti (McNair 2005, 38).

“Komunitaristično novinarstvo predpostavlja vlogo novinarstva kot katalizatorja javne razprave, ki spodbuja participacijo državljanov, vzajemno povezovanje družbenih sektorjev ter deliberativno identificiranje problemov skupnosti in njihovo reševanje” (Vobič 2009a, 28). Takšen pogled na novinarstvo izvira iz občestva, kar pomeni, da presega tako individualistično kot kolektivistično opredeljenost (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 52). Merrit (1998, 139-140) navaja nekaj mentalnih preskokov, ki jih implicira komunitaristično (tudi državljansko, javno ali skupnostno) novinarstvo: premik od zgolj pripovedovanja novic k širšemu poslanstvu prispevanja k dobrobiti javnega življenja; premik od nevpletenega k udeležnemu novinarju v javnem življenju; premik od opisovanja, kaj je narobe v družbi, k opisovanju, kako bi bilo, če bi bilo prav; premik od gledanja na ljudi kot na stranke, potrošnike k gledanju nanje kot na potencialne akterje v iskanju rešitev na družbene probleme. Rosen (1999) podobno meni, da je ideja komunitarističnega oziroma, kot mu pravi sam, javnega (ang. public) novinarstva utemeljena na predpostavki, da bi morale to naslavljeni ljudi kot državljane, potencialne akterje v javnih zadevah, da bi morale politični skupnosti pomagati reševati probleme in ne zgolj opozarjati nanje, da bi morale izboljšati klimo javne diskusije, ne pa opazovati njenega propadanja, in da bi morale prispevati k uspešnemu delovanju javnega življenja.

Teh pet normativnih funkcij novinarstva lahko strnemo tudi v bolj splošno definicijo – govorimo lahko o normativnem novinarstvu in normativni funkciji novinarstva v smislu ločevanja med mnenji in dejstvi in obveščanja javnosti kot temelju demokracije in državljanskih pravic (Poler Kovačič 2005). Vobič (2009a) takšno normativno, visokomodernistično ali tudi klasično paradigmo novinarstva povezuje predvsem z elementi mediativnega in razsvetljenskega novinarstva, z odvetniškim novinarstvom pa le v toliko, da gre za normativno ločevanje med dejstvi in mnenji. Komunitaristično novinarstvo je ob tem vir idejne revitalizacije novinarstva, še dodaja avtor (prav tam).

### 3 NOVINARSTVO KOT SKUPNOST

Soglasje o normativnem novinarstvu oziroma o njegovi funkciji ali funkcijah je temelj, na kateremu novinarji delno gradijo svojo identiteto. Russo (1998) namreč pravi, da se ta vzpostavlja skozi dvojno pripadnost: skozi pripadnost novinarstvu kot poklicu oziroma s sledenjem poklicne ideologije in skozi pripadnost določenemu mediju oziroma posamezni vrsti novinarstva (televizijskemu, radijskemu, časopisnemu in/ali spletnemu). Takšna definicija pa sproži kar nekaj vprašanj. Ali je torej novinarska skupnost homogena, kot jo obravnavajo tradicionalni pristopi (glej Dahlgren 1992) ali pa je novinarskih skupnosti več? Kako se reproducira pripadnost takšni(m) skupnosti(m)?

V sodobni družbi je novinarstvo edini poklic, ki ga zaznamuje tako velik razkorak med njegovo nesporno pomembnostjo za družbo kot celoto na eni strani in njegovo nedefiniranostjo, tako v smislu identitete poklica kot identitete tistih, ki ga opravljajo, na drugi strani (glej Donsbach 2010).

Poler Kovačič (2005) meni, da je za nedvoumnost in prepoznavnost novinarske identitete bistvena profesionalizacija. Dimenzije profesij je težavno opisovati, saj so številne in se od profesije do profesije razlikujejo, kljub temu pa bi lahko v splošnem rekli, da je zanje značilno opravljanje določene dejavnosti skozi določen postopek (Carr-Saunders in Wilson 1933/2008). Tega za novinarstvo ne bi mogli reči: novinarji poročajo, pišejo, intervjuvajo, urejajo, in čeprav gre za širok nabor dejavnosti, ki jih ne morejo opravljati brez velike mere izkušenj, zanje ni potrebno nikakršno posebno predhodno izobraževanje (prav tam).

Že tu se zatakne, če skušamo novinarstvo preučevati v okviru ene najbolj uporabljanih definicij profesije v sociologiji, ki jo je razvil Greenwood (v Tunstall 1973/2008, 30). Avtor namreč med elemente profesije prišteva obstoj sistematične teorije oziroma sistematičnega znanja, obstoj avtoritete, ki jo priznavajo stranke profesionalcev, potrditev sprejetja in vstopa v skupnost s strani avtoritete, obstoj etičnega kodeksa, ki uravnava odnose pripadnikov profesije s strankami in s sodelavci, in obstoj formalne organizacije in profesionalne kulture znotraj nje (Tunstall 1973/2008, 30 – 31).

Tako Tunstall (1973/2008) kot tudi Poler Kovačič (2005), ki navaja Liebermanov sklop meril profesije iz leta 1956, zaključujeta, da novinarstvo ni profesija v klasičnem smislu, saj v primerjavi z klasičnimi profesijami, kot sta medicina in pravo, ne izpolnjuje zgoraj naštetih



kriterijev. Tudi Splichal (2000, 52) piše, da novinarstvo nima “objektivnih meril, primerljivih s ‘pravimi’ profesijami”, ampak obstajajo le nekatera skupna vodila, ki so zapisana v etičnih kodeksih. Dejstvo pa je, da imajo novinarji zaradi svoje moči oziroma medijskih učinkov profesionalno odgovornost do javnosti (Poler Kovačič 2005, 47).

Novinarjev torej v klasičnem smislu ne moremo šteti za skupnost profesionalcev oziroma pripadnikov profesije. Čeprav Erjavec (1998) meni, da je prav profesionalizacija tista, ki bo zagotovila kakovost novinarskih izdelkov, in čeprav Poler Kovačič (2004; 2005) poudarja, da je profesionalizacija nujna za prepoznavnost identitete novinarstva, se nekateri avtorji sprašujejo, ali je profesionalizacija v novinarstvu sploh zares dobrodošel koncept. Singer (2003) na primer meni, da je profesionalizacija ideološki konstrukt, s katerim člani profesije opravičujejo svoj neenak položaj v družbi in omejujejo dostop do njega, da profesionalizacija implicira homogenost in standardizacijo, da gre za podrejanje novinarjeve avtonomije in idealov skupini in da gre za način družbenega nadzora in upravičevanje le-tega nad novinarji (Singer 2003), Soloski (1989 v Jontes 2010b, 105) pa dodaja, da so profesionalna pravila predvsem učinkovita in ekonomična metoda, s katero medijske organizacije nadzorujejo poročevalce. Aldridge in Evetts (2003) medtem opozarjata, da je diskurz profesionalizma uporabljen kot marketinški slogan za privabljanje strank in kot sredstvo za motiviranje zaposlenih. Hennigham (1979/2008) pa podobno meni, da bi omejevanje vstopa v novinarsko skupnost pomenilo grožnjo individualnosti in nekonformnosti novinarjev. Asp (2007 v Oernebring 2010, 568) celo pravi, da bi bilo dojemanje novinarstva kot profesije in omejevanje dostopa do opravljanja te dejavnosti v nasprotju z demokracijo, katere pomemben del naj bi bilo prav novinarstvo.

Proučevanje novinarstva v okviru profesij in profesionalizacije, ki sta v socializaciji novinarjev predvsem prisotna predvsem v diskurzu novinarskega izobraževanja (glej Splichal in Sparks 1994), sta sicer med najbolj problematiziranimi in kritiziranimi koncepti v novinarstvu (Jontes 2010b). V podrobno analiziranje koncepta in njegovih kritik zato ne bomo šli, ampak bomo skušali najti še druge načine preučevanja novinarske skupnosti oziroma novinarskih skupnosti.

### **3.1 Ena ali več novinarskih skupnosti (ali nič od tega)?**

Večina dominantnih diskurzov o novinarstvu novinarsko skupnost preučuje kot relativno homogeno skupnost novinarjev, ki jih povezuje ideologija novinarstva kot poklica. Vendar pa

to ni edina točka identifikacije novinarjev; kot pravi Russo (1998), se namreč novinarji identificirajo tudi z vrsto medija oziroma medijske organizacije, v kateri delajo. Na podlagi tega lahko govorimo o skupnosti radijskih, televizijskih, časopisnih in/ali spletnih novinarjev.

Da so meje med novinarji teh različnih novinarstev močno izražene, kažejo številne raziskave. Posebej izrazite so v odnosu med spletnimi novinarji in novinarji tradicionalnih množičnih medijev, kažejo pa se predvsem v pomanjkanju zaupanja oziroma kredibilnosti slednjih do spletnih novinarjev.

Oblak Črnič (2007) tako na primer na podlagi raziskave Evropski novinar in internet, v kateri so na vzorcu 239 novinarjev iz enajstih evropskih držav analizirali percepcije o spreminjanju vloge novinarjev po desetletnem obdobju vstopa interneta v medijske hiše, zaznava razkol med zagovorniki in kritiki spleta. Kot ugotavlja, se na podlagi odnosa do spleta oblikujeta dve diametralno nasprotni skupini, pri čemer so kritiki, ki mislijo, da splet siromaši novinarstvo in degradira novinarje, tisti, ki delajo v tiskanih redakcijah in ki dnevno redkeje obiskujejo splet. Obratno so tisti, ki delajo v spletni ali obeh redakcijah (torej spletni in tiskani), spletu bolj naklonjeni in menijo, da ta odpira nove možnosti, da prinaša pozitivne spremembe tudi za novinarje in za javnost (Oblak Črnič 2007).

Podobno, če ne še bolj zaskrbljujočo sliko kaže raziskava o percepciji kredibilnosti spletnih medijev, v katero je bilo vključenih 106 naključno izbranih slovenskih novinarjev, izvedena pa je bila jeseni 2009 (Poler Kovačič, Erjavec, Štular 2010). Pokazala je namreč, da velika večina intervjuvanih (70 odstotkov) kot najbolj kredibilne ocenjuje tradicionalne medije. Spletne medije (ki niso povezani s tradicionalnimi mediji) je kot zelo kredibilne ocenilo samo 18 odstotkov vprašanih, 64 odstotkov pa je bilo prepričanih, da spletni mediji niso kredibilni. Tisti, ki spletnim medijem bolj zaupajo, so tudi v tem primeru novinarji, ki delajo v spletnem uredništvu (ali v obeh) in ki pogosteje dostopajo do spleta (prav tam).

Enako delitev med zagovornike spleta oziroma tiste, ki so mu bolj naklonjeni, in tiste, ki pesimistično gledajo na spletno novinarstvo, je pokazalo letno poročilo stanja ameriškega novinarstva The State of the News Media za leto 2009 (več o tem na spletni strani The State of the Media 2009). Vendar pa so tudi spletni novinarji, sicer bolj optimistični, zaskrbljeni glede prihodnosti novinarstva na spletu, saj se jim zdi, da ta spreminja temeljne vrednote v novinarstvu, in sicer večinoma v negativnem smislu. Več kot polovici vprašanih se zdi, da gre novinarstvo v napačno smer (prav tam).

Podobno raziskavo so nato izvedli med 353 direktorji časopisov in televizijskih postaj (spletna stran *The State of the Media* 2010). Medtem ko so bili direktorji časopisnih hiš skorajda izenačeni, je 64 odstotkov televizijskih direktorjev menilo, da gre novinarstvo v napačno smer, več kot polovica obojih pa je menila, da splet spreminja temeljne vrednote v novinarstvu, pri čemer jih je najbolj skrbelo rahljanje standardov točnosti in preverjanja informacij (prav tam).

Raziskava, ki so jo leta 1998 izvedli Singer, Tharp in Haruta, je medtem pokazala, da so (bili) uredniki spletnih strani zaskrbljeni glede pritiskov, da morajo ustvarjati dobiček, pa tudi glede percepcije kolegov s tiskanih medijev, saj se jim je zdelo, da jih slednji dojemajo kot drugorazredne novinarje (Gunter 2003). Podobno je v svoji študiji leta 1998 ugotovil Ruggiero, ki je raziskoval, kako tradicionalni ameriški novinarji dojemajo splet kot novičarski medij. Njegova temeljna predpostavka je bila, da tradicionalni novinarji zaradi ideologije in profesionalizacije nočejo deliti svoje elitne pozicije tistih, ki širijo novice, s spletom in spletnimi novinarji. Na podlagi preučevanja retorike v strokovnih člankih je ugotovil, da se tradicionalni ameriški novinarji trudijo ponovno vzpostaviti elitistično paradigmo novic kot nasprotje spletu (Gunter 2003).

Nerazumevanje in velikokrat konflikten odnos med novinarji množičnih medijev in spletnimi novinarji bi lahko obravnavali tudi v okviru tega, čemur Dahlgren (1992) pravi izrazito metonimičen karakter dominantnega diskurza novinarstva in s tem novinarjev. Prevladujoči tradicionalni pristopi k preučevanju novinarstva namreč poudarjajo koncept novinarstva v smislu predvsem resnih novic politične narave, kar pa je dejansko le del sodobnega novinarstva (Dahlgren 1992, 7). Avtor dodaja, da je pravzaprav takšno novinarstvo v upadu, narašča pa popularno in tabloidno novinarstvo, kar je retorična antiteza tistemu, kar naj bi bilo normalno, pravo novinarstvo (Pauly 1988 v Dahlgren 1992, 8).

Dahlgrenovo pisanje o ločevanju na pravo novinarstvo in tisto drugorazredno lahko prav tako apliciramo na razprave o razlikah med novinarstvom množičnih medijev in spletnim novinarstvom. Kot piše Lasica (2001 v Singer 2003), je spletno novinarstvo namreč v veliki meri dojeto kot bratranec "pravega" novinarstva, internet pa kot okolje, kjer uspevajo šarlatani in prevaranti in kjer so standardi nižji od tistih v "pravem" novinarstvu. Novinarska skupnost torej še zdaleč ni homogena.

Singer (2003) vidi dve možnosti za razrešitev konfliktnega odnosa med novinarji množičnih medijev in spletnimi mediji: če bo še naprej ostajal tako očiten prepad med spletnim

novinarstvom in novinarstvom tradicionalnih množičnih medijev, kar kažejo raziskave, ki smo jih omenjali zgoraj, bo splet predstavljal “neposreden izziv in potencialno grožnjo” novinarstvu (Oblak Črnič 2007, 62). Dejstvo je namreč, da se občinstvo fragmentira in da vse več ljudi išče informacije na spletu (Singer 2003; Hachten 2005), kar pomeni, da spletno novinarstvo ne bo izginilo, ampak bo postalo še pomembnejše. Če pa bo spletno novinarstvo vključeno v skupnost novinarjev množičnih medijev, bo potrebna precejšnja redefinicija novinarstva oziroma “precejšnja prilagoditev v samopercepciji tega, kar novinar danes počne, ali pa temeljita sprememba v načinu, kako naj spletno novinarstvo sploh deluje” (Oblak Črnič 2007, 62).

Dodatno pa vprašanje novinarske skupnosti zapleta dejstvo, da konvergenca briše meje med novinarstvom in drugimi oblikami javnega komuniciranja (Deuze 2007). Vse bolj nedefinirana postaja meja med novinarskimi in nenovinarskimi vsebinami (Poler Kovačič 2005; McNair 2005; Deuze 2007), stapljajo pa se tudi identitete novinarjev in članov občinstva: s tem ko lahko vsak objavlja informacije in mnenja na spletu, si namreč novinar in član njegovega občinstva postajata podobna (Deuze 2009). Vsak z računalnikom in dostopom do spleta je lahko medijski servis (Hirst 2010) in lahko samostojno dostopa do informacij, ki si jih želi in potrebuje (Pavlik 2000).

Prav to prekrivanje identitet novinarjev, virov in članov občinstva ter spreminjanje odnosov med njimi (Pavlik 2001) igra pomembno vlogo pri krhanju vezi znotraj skupnosti poklicnih novinarjev, lahko pa bi tudi vodilo v zmanjšanje avtoritete novinarstva (Lowrey in Anderson 2005).

Singer (2003) se tako sprašuje, kaj narediti z vsemi tistimi, ki ustvarjajo in pripomorejo k ustvarjanju spletnih strani in s tem skrbijo za obveščeno – so tudi oni novinarji, in če niso, kako napeto bo postalo tekmovanje za pridobivanje statusa nekoga, ki obvešča? Večina pristopov k preučevanju novinarstva implicira, da je prihodnost le-tega v prvi vrsti določena z monopolom novinarjev nad državljani, katerim pripovedujejo zgodbe. Vendar razvoj kaže na to, da je prihodnost spletnega novinarstva v zamenjavi vlog, pri čemer novinarji državljanom zgolj ponujajo platforme za diskusijo in pripovedovanje zgodb (Deuze 2003). O identiteti novinarja in novinarske skupnosti je zato treba premisliti in novinarstvo definirati na novo (Donsbach 2010; Dahlgren 1992; Berkowitz 2009).

### **3.2 Barbie Zelizer in koncept interpretativne skupnosti**

Ker novinarji nimajo ekskluzivne baze znanja ali licenc za omejevanje vstopa v novinarsko skupnost in ker so njene meje precej nedefinirane (predvsem v času konvergence v novinarstvu, kot smo že videli), se novinarji zanašajo predvsem na kulturno legitimiteto in status v družbi, ki se reproducirata skozi pozitivne prikaze novinarjev v filmih, v televizijskih oddajah in v knjigah ter skozi pozitivno vrednotenje zgodovine novinarstva (Lowrey in Anderson 2005; Zelizer 1993). Gre torej za prakse, sicer izvzete iz formaliziranih obravnav novinarstva kot profesije, s čimer se ukvarja predvsem Barbie Zelizer. Avtorica novinarstvo in novinarje konceptualizira kot interpretativno skupnost (Zelizer 1993).

Gre za koncept, ki ga je leta 1980 vpeljal že Stanley Fish in že takrat poudarjal, da interpretativne skupnosti oziroma interpretativne strategije, ki jih slednje uporabljajo, niso naravne ali univerzalne, ampak naučene in da je edini dokaz članstva v takšnih skupnostih tovarštvo, prepoznanje od nekoga v isti skupnosti (Fish 1980 v Jontes 2010a, 80).

Zelizer, ki je Fishev koncept aplicirala na novinarsko skupnost, piše, da slednjo družijo diskurz, kolektivne interpretacije in kolektivni spomin ter določena stopnja avtoritete, formira pa se skozi ne le formalno povezovanje, ki ga poudarja koncept profesionalizacije, ampak tudi preko neformalnih pogovorov, sestankov, avtobiografij, retrospektiv, intervjujev in drugih neformalnih načinov interakcije (Zelizer 1993).

Gre za elemente, ki jih je koncept profesionalizma spregledal, meni avtorica in dodaja, da je ta med drugim spregledal tudi ključno vprašanje, na podlagi česa si novinarji pripisujejo moč interpretacije in zakaj novinarstvo sploh deluje (Zelizer 1993). Če namreč poudarek na novinarjih kot pripadnikih profesije poudarja obstoj realnosti neodvisno od novinarjev, ki o njej poročajo, je v primeru preučevanja novinarjev kot interpretativne skupnosti osnovna premisa ta, da novinarji sami konstruirajo tako realnost, o kateri poročajo, kot tudi svoj status in avtoriteto (Anderson 2008). "Koncept profesionalizacije ni uspel ustvariti koherentne slike novinarstva kot profesije, a vemo, da novinarji delujejo kot skupnost, četudi se ne organizirajo na osnovi načel profesije" (prav tam, 222).

Kaj je torej vezni člen v novinarski skupnosti? Zelizer (1993) meni, da so za formiranje skupnosti pomembni ključni dogodki (vroči trenutki, kot jim pravi Levi-Strauss, oziroma ključni dogodki, kot jim pravi Gerbner) in skupne interpretacije le-teh, skozi katere se formira skupna preteklost, ki osmišlja življenje novinarjev in jih povezuje. Skozi zgodbe o preteklosti, ki si jih pripovedujejo in ponavljajo na neformalni ravni, tako nastaja skupni diskurz, ki je kazalec tega, kako se vidijo kot novinarji (prav tam).

Z drugimi besedami lahko rečemo, da so novinarji skupnost, utemeljena na podlagi spomina, ki uporablja skupne interpretacije časa (prav tam). Kot meni Jontes (2010a, 80-1), je v povezavi s tem eden od ključnih poudarkov, ki jih izpostavi Zelizer, vpetost novinarjev v dvojni čas (angl. double-time) – lokalni in trajnostni, s čimer se utrjujejo in preurejajo novinarske vrednote. “Novinarji se prek ‘dvojnega časa’ ne konstituirajo le kot objekti poročil, ki jih ustvarjajo, ampak tudi kot subjekti drugih poročil, ki so izdelana na podlagi njihovih prejšnjih poročanj. (...) Zaradi dveh načinov interpretacije lahko namreč novinarji utrjujejo avtoritativna vrednotenja dogodkov, ki jim dvigujejo vrednost ne glede na to, kako problematični so se ti dogodki sprva zdeli (...)” (Jontes 2010a, 81).

Prav ta druga možnost interpretacije po avtorjevem mnenju kaže na funkcijo, ki presega avtoriteto novinarske skupnosti, kot jo predlaga profesionalizacija, in ustvarja sodobne standarde za delovanje drugih članov interpretativne skupnosti (prav tam). Jontes kot primer navaja zapise o socialističnem novinarstvu v času socializma in po koncu le-tega in ob tem ugotavlja, da “tako pozitivna kot negativna (pre)vrednotenja socialističnega novinarstva ustvarjajo novinarsko avtoriteto v sedanjosti” (Jontes 2010a, 90). Njihova avtoriteta tako nikoli ni zares načeta (Zelizer 1993).

Kako se sploh vzpostavlja avtoriteta? To vprašanje zaseda eno osrednjih mest v kulturni obravnavi novinarstva, ostaja pa presenetljivo neraziskano (Jontes 2010a). Na tej točki se bomo osredotočili le na Zelizerjino pojmovanje vzpostavljanja novinarske avtoritete, ki meni, da ta večinoma izvira iz preprostega dejstva, da javnost ne more preveriti, kaj je in česa ni novinar naredil. To polaga vzpostavljanje avtoritete novinarstva v roke novinarjev samih, ki imajo sposobnost odločanja o tem, kako, zakaj in na kakšen način bodo običajne dogodke spremenili v novinarske zgodbe (Zelizer 1992, 66). Avtoriteto nato novinarji vzdržujejo v zgodbah, ki jih pripovedujejo, saj s tem, ko razlikujejo, kdo te zgodbe pripoveduje in kdo ne, kako jih pripoveduje in kaj pove, novinarji udejanjajo svojo avtoriteto kot pripovedovalsko obrt, utelešeno v pripovednih oblikah (Jontes 2010a, 39). Te pripovedi so nato prenesene v kolektivni spomin, kjer so uporabljene kot modeli za razumevanje avtoritativne vloge novinarstva (prav tam).

S tem pa se ohranja tudi status novinarjev. Kolektivni diskurz in kolektivne interpretacije, ki jih proizvajajo, so namreč po B. Zelizer (1993) kazalec tega, kako se vidijo kot novinarji, s tem pa tudi percepcije svoje funkcije v družbi, kar je ključno za vzdrževanje relativno koherentne slike novinarstva, kakršno je in kakršno bi moralo biti (Deuze 2005).

V revidirani verziji svojega članka iz leta 2010 Zelizer v duhu vseh dogajanj v sodobnem novinarstvu piše, da se sicer tudi novinarji podvrženi spremembam. Na spreminjajoče se okoliščine v novinarstvu se odzivajo s spreminjanjem svojih rutin in interpretativnih strategij. Zato da skupnost ostane nespremenjena, morajo vzdrževati kolektivne interpretacije tega, kar počnejo, lasten diskurz in načine pripovedovanja. S tem se na podlagi tega, kar novinarji počnejo, reproducirajo kolektivne interpretacije občutka skupnosti ter pomen in avtoriteta novinarstva (Zelizer 2010).

Zelizerjin koncept lahko apliciramo tudi na prejšnje poglavje. Med najpomembnejše vidike boja za kulturno avtoriteto namreč sodi postavljanje ločnic med novinarstvom in nenovinarstvom oziroma, za pričujočo nalogo še pomembnejše, med pravim in nepravim novinarstvom (glej Jontes 2010a). Jontes (prav tam) kot primer takšne delitve sicer predstavi ločevanje med resnim in tabloidnim novinarstvom, omeni pa tudi podobno (vse pomembnejše) razlikovanje v odnosu množičnih medijev do spletnega novinarstva (glej tudi Singer 2003).

## **4 NOVINARSTVO IN STIGMA: APLIKACIJA KONCEPTUALIZACIJE IDENTITETE KOT STIGME PO ERVINGU GOFFMANU**

Pokazali smo že, da nekateri avtorji zaradi posebnosti, ki jih prinaša spletno novinarstvo, govorijo o drugotnem statusu spletnega novinarstva v odnosu do tradicionalnega in o tem, da so spletni novinarji druga vrsta novinarjev (Deuze 2003). Med tradicionalnimi in spletnimi novinarji zato prihaja do sporov in predsodkov, saj mnogi spletno novinarstvo dojemajo kot manj prestižno. Odnose med obojimi tako zaznamuje nelagodje, tesnoba, nezaupanje in nespoštovanje (Deuze 2004).

Goffmanov (glej Goffman 2008) koncept stigme je na podlagi dosedanjih teoretskih premišljevanj in empiričnega raziskovanja primeren za raziskovanje oblikovanja identitete spletnih novinarjev, saj predpostavlja obstoj dominantne in marginalizirane skupine, pri čemer je slednja zaradi neuresničenih norm in pričakovanj glede delovanja njenih članov stigmatizirana. Na naslednjih straneh bomo zato predstavili koncept stigme, ki ga uvaja Goffman, a bomo zaradi njegove kompleksnosti orisali predvsem tiste poudarke, ki so najbolj pomembni za nalogo, ki smo si jo zastavili.

### **4.1 Goffmanov koncept identitete kot stigme**

Erving Goffman je leta 1963 izdal knjigo z naslovom *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity* (*Stigma: Zapiski o upravljanju poškodovane identitete*; v slovenskem prevodu izšla leta 2008), v kateri je svojo teorijo identitete razvil na podlagi študija vedenja družbeno stigmatiziranih oseb, pri čemer pa izhodišče ni oseba, ki etiketira stigmatizirano osebo, ampak celotna situacija in procesi interakcije (glej Goffman 2008; Ule 2000). Goffman pri tem postavi nekaj ključnih tez, ki jih bomo razdelali v nadaljevanju; pravi namreč, da je stigma identiteta, kar pomeni, da stigmatiziranje "uspe" le, če se tudi posameznik kategorizira kot stigmatizirana oseba. Druga pomembna teza pa je ta, da normalnih (tako imenuje tiste, ki ne odstopajo negativno od določenih pričakovanj) in nenormalnih (torej stigmatiziranih) oseb kot tistih, ki imajo oziroma nimajo določenih problematičnih lastnosti, ni, ampak da se normalnost in nenormalnost vzpostavlja skozi delovanje institucij in skozi procese interakcije, kar pomeni, da stigma ni skupek lastnosti, temveč perspektiva, vloga, ki jo vsi včasih igramo (Goffman 2008).



Za lažje razumevanje se moramo dotakniti knjige, ki jo je Goffman izdal dve leti pred Stigmo, z naslovom Azili (Goffman 1961). V njej predstavi svoje raziskave in uvide v delovanje totalnih institucij, kakršne so bile na primer psihiatrične klinike v petdesetih letih prejšnjega stoletja, in skuša prikazati, da posamezniki sami po sebi niso normalni ali nenormalni, ampak takšni postanejo zaradi in skozi delovanje določenih interakcijskih redov in institucij (Ule 2008, 23). Prav na podlagi teh analiz situacij v totalnih institucijah je kasneje razvil koncept stigmatiziranih oseb, odnos med duševnim bolnikom in institucijo pa mu je bil model za odnos med katero koli stigmatizirano osebo in družbo normalnih (prav tam). Meni namreč, da je za stigmatizirano osebo vsa družba neke vrste totalna institucija, lahko bi rekli totalna institucija normalnosti, saj tudi v družbi prevladuje en sam splošen sistem časti, ki določa tiste lastnosti, ki naj bi jih imeli posamezniki, če hočejo predstavljati človeškost v polnem pomenu besede (Branaman 1997). Stigmatizirana oseba je namesto tega diskreditirana in oropana družbenega priznanja (Goffman 2008). Občutek ima, da je v panoptikumu, pod stalnim nadzorom drugih, kar dejansko tudi je (Ule 2008, 25). Nase se mora naučiti gledati z očmi normalnih in ugotavljati možne odzive drugih na lastno odklonskost od normalnosti, enako kot duševni bolniki v psihiatrični kliniki (prav tam, 26).

Kaj sploh je stigma in kako poteka stigmatizacija? Goffman piše, da je stigma hudo diskreditirajoča lastnost, pri čemer pa opozarja, da se je pri preučevanju te treba zateči k jeziku razmerij in ne atributov (Goffman 2008, 12). Gre za to, da "lastnost, ki lahko stigmatizira en tip nosilcev, lahko potrjuje običajnost drugega in zatorej sama po sebi ni niti hvalevredna niti sramotna" (prav tam). Družba namreč določa načine kategorizacije oseb in nabor lastnosti, ki se za člane vsake od teh kategorij zdijo običajni in naravni, še piše Goffman (2008, 2), ki meni, da je proces klasifikacije drugih skorajda univerzalen. To nam omogoča, da se z drugimi, ki jih v svojem okolju na podlagi teh kategorij pričakujemo, srečujemo, ne da bi jim posvečali poseben premislek. Na podlagi prvega vtisa tako predvidimo kategorije in lastnosti ljudi, njihovo socialno identiteto (prav tam) in oblikujemo normativna pričakovanja oziroma zahteve do pripadnikov posameznih kategorij. Ko pa se kategorizacija posameznika in pričakovanja, ki jih gojijo drugi do njega, ne uresničujejo, oziroma identitetna norma ni izpolnjena (Goffman 2008, 113), se pojavi stigma.

*Medtem ko je neznanec navzoč pred nami, se lahko izkaže, da ima lastnost, po kateri se razlikuje od drugih v kategoriji oseb, v katero bi se lahko uvrstil, in to ga spremeni v nekoga manj zaželenega – v skrajnem primeru v osebo, ki je povsem slaba ali nevarna ali šibka. Tako je v naših mislih iz popolne, običajne osebe reducirana na*

*pomanjkljivo in nepopolno. Taka lastnost je stigma, sploh kadar je njen diskreditirajoči učinek zelo širok (...). Povzroča posebno neskladnost med navidezno in dejansko socialno identiteto (Goffman 2008, 12).*

Sporne torej niso vse nezaželene lastnosti, ampak samo tiste, ki so neskladne z našim stereotipom o tem, kakšen bi moral biti dani tip posameznika (Goffman 2008, 12). Z drugimi besedami: gre za neskladje med pričakovanji, ki jih socialno okolje goji do posameznika iz določene socialne kategorije, in lastnostmi, ki jih pri njem dejansko opaža (Mencin Čeplak 2008), oziroma za zaostreno razmerje med virtualno in aktualno socialno identiteto (Ule 2000).

Goffman namreč identiteto pojmuje kot sestavljeno iz socialne in osebne, ki ju deli še na virtualno in aktualno, ter tretjo kategorijo – identiteto kot preplet prvih dveh oziroma identiteto jaza (to povzame po Erikssonu). Socialna identiteta so lastnosti, ki jih posamezniku pripisujejo drugi, ki so z njo v interakciji; je kategorizacija osebe v očeh drugih, najsi bo na podlagi dejanskih ali pripisanih posameznikovih značilnosti. Na podlagi tega ločujemo dve vrsti socialne identitete – virtualno, ki je vzpostavlja na podlagi normativnih pričakovanj skupinskih kategorizacij, in aktualno, ki nastaja kot posledica tega, kako posameznika vidijo drugi. Osebna identiteta so medtem po Goffmanu lastnosti posameznika, ki ga karakterizirajo kot edinstveno osebo z edinstveno biografijo. Ta se oblikuje na osnovi tako imenovanih identitetnih obešalnikov oziroma podatkov, ki diferencirajo osebo od njene socialne identitete. Avtor ob tem sicer poudarja, da tudi osebna identiteta obstaja samo kot družbeni pojav, torej ob prisotnosti drugih ljudi in v primerjavi z njimi. Tudi tu razlikuje med virtualno osebno identiteto, ki je pripisana na osnovi identitetnih obešalnikov, in aktualno, ki se vzpostavlja na osnovi njegovih specifičnih osebnostnih lastnosti in značilnosti. Osebna identiteta je tako vir možnih diferenciacij od drugih ljudi, socialna, ki nas bo v nalogi bolj zanimala, pa vir možnih identifikacij. Tretjo kategorijo ali element identitete Goffman imenuje identiteta jaza (angleški pisci ji pravijo tudi ego). Gre za subjektivno občutenje in doživljanje lastne situacije, tudi reakcija nanjo; je subjektivni koncept samega sebe, ki je zgrajen na podlagi kategorizacij osebne in socialne identitete in nenehnega stremljenja k ustreznemu razmerju med obema (glej Goffman 2008; Ule 2000).

Pri tem je potrebno najprej poudariti, da je stigma, kot jo pojmuje Goffman (prav tam) identiteta, kar pomeni, da “odnosi nadmoči in podrejanja, v katerih določena skupina predstavlja normo človeškega rodu nasproti podrejeni” (Ule 2000, 184) skupini, niso dovolj,

ampak stigmatiziranje omogoči šele stigmatizirani s svojim vedenjem in s tem s kategorizacijo samega sebe kot stigmatiziranega posameznika (prav tam). Tudi če ne sprejema dominantne kulturne reprezentacije svoje stigme, je namreč seznanjen s stereotipi dominantne kulture in ocenami svoje stigme oziroma stigme svoje skupine. Ta seznanjenost in zavest o stereotipih in o odnosu normalnih do skupine pa vpliva na situacije in obnašanje stigmatiziranih do te mere, da oblike očitnega diskriminatornega vedenja s strani normalnih niso več relevantne in včasih ni potrebna niti prisotnost normalnih, da bi se stigmatizirani obnašali v skladu s svojo stigmo (glej Smith 2006).

Temu pravimo tudi samokategorizacija oziroma samostereotipizacija. Kot pišeta Sinclair in Huntsinger (2008), ki navajata številne druge avtorje, je posledica življenja v družbi, ki do posameznikov in skupin goji stereotipne predstave in pričakovanja, sprejetje stereotipov o sebi – samostereotipizacija. Sebstvo tako po klasični teoriji simbolne interakcije izhaja iz ponotranjenja načina, kako nas tisti, s katerimi smo v interakciji, vidijo (Sinclair in Huntsinger 2008, 235). “Tarče stereotipiziranja”, kot pišeta avtorja (prav tam), preprosto vpijejo kulturne predstave o svoji skupini, vedno ko stopajo v procese interakcije s posamezniki, ki izkazujejo stereotipna pričakovanja in predstave. Avtorja sicer v nasprotju s prevladujočim mnenjem v simbolnem interakcionizmu trdita, da ne gre za neizogiben proces, ampak da je pogojen s tem, kako visoko vrednotimo svoje partnerje v procesih interakcije in kako močno si želimo biti v dobrih odnosih z njimi (prav tam).

Goffman v grobem ločuje med tremi vrstami stigem: telesno odbojnostjo, značajskimi slabostmi in skupinskimi stigmami. Za vse je značilno, da stigma zasenči druge lastnosti in vtis, ki ga imajo te na druge ljudi – vso pozornost pritegne stigma (Goffman 2008). Seveda vse stigme niso enako diskreditirajoče. Na podlagi tega, ali je stigma očitna v trenutku, ko se oseba pojavi pred nami, ali pa ni takoj opazna in vnaprej znana, Goffman (prav tam) razlikuje med diskreditiranimi in tistimi, ki jih je mogoče diskreditirati. Slednji imajo možnost, da svojo stigmo poskusijo prikriti, in sicer s tem, kako dozirajo in nadzirajo informacije o svoji pomanjkljivosti (prav tam).

V povezavi s tem razlikujemo tri glavne strategije v identitetnih politikah stigmatiziranih, torej v usklajevanju med virtualno in aktualno socialno in osebno identiteto: zavračanje stigme, sprejem stigme in refleksija stigme. Prva možnost je tako, da stigmatizirani tako vodi tok informacij in interakcij, da stigma ne pride do izraza; tako lahko prikriva tiste značilnosti, ki bi lahko bile problematične, se izogiba ljudem, ki bi utegnili biti pozorni na stigmo, lahko

se trudi kompenzirati pomanjkljivost z doseganjem nadpovprečnih uspehov na drugih področjih itd. (Ule 2000, 183). V primeru, da sprejme stigo, to pomeni, da popusti in se vda, skratka, pristane na svojo pomanjkljivost, lahko pa jo tudi reflektira – se trudi za socialno kognitivno predelavo stigme, se sooči z razlogi za svojo drugačnost (prav tam).

Identitetne politike se tako nujno razlikujejo tudi glede na to, ali se je posameznik rodil s stigo ali pa jo je pridobil kasneje. V drugem primeru, piše Goffman (2008, 38), se nelagodje, ki ga občuti do novih znancev (torej sotrpinov), počasi umakne nelagodju v zvezi s starimi znanci (normalnimi). Takšen posameznik bo najprej, ko bo izvedel, koga mora po novem sprejeti kot svojega, v najboljšem primeru čutil določeno ambivalenco, saj ti “drugi” ne bodo prav nič podobni normalni osebi, za kakršno šteje samega sebe (prav tam, 39). Govorimo lahko o “ciklih pridruževanja”, skozi katere začenja sprejemati svojo novo skupino in priložnosti za sodelovanje z njenimi člani. Z vsemi “svojimi” stigmatizirani sicer nima enakega odnosa. Hierarhično jih namreč razvršča po stopnji vidnosti in vpadljivosti njihove stigme: do tistih, ki so bolj opazno stigmatizirani kot on sam, ima lahko tak odnos, kakršnega imajo do njega normalni. S takšnim razvrščanjem je povezano tudi vprašanje, kakšne socialne stike in zveze bo stigmatizirani imel – bolj kot bo prestopal meje svoje skupine in bo povezan z normalnimi, manj bo videl samega sebe v kategorijah stigme (glej Goffman 2008).

*Ne glede na to, ali je stigmatizirani posameznik tesno povezan s svojo skupino ali ne, se pri njem lahko pojavi identitetna ambivalenca, kadar opazi, da se osebe z njegovo stigo vedejo stereotipno ter postavljaško ali bedno demonstrirajo prav tiste negativne lastnosti, ki jim jih pripisujejo. Ta pogled lahko v njem zbudi odpor, saj navsezadnje podpira norme širše družbe. Toda njegova socialna in psihološka identifikacija s kršitelji teh norm ga povezuje s tem, do česar čuti odpor, in spreminja odpor v sram, potem pa osramočenost spreminja v nekaj, česar se sramuje. Na kratko, ne more niti sprejeti svoje skupine niti je zavreči (Goffman 2008, 97).*

Goffman ob tem poudarja, da ima stigmatizirani posameznik v splošnem enaka prepričanja o identiteti kot vsi normalni, norme, ki jih je prevzel od družbe, pa mu tudi omogočajo, da se zaveda tega, v čemer drugi vidijo njegovo pomanjkljivost, “zaradi česar se, četudi samo na trenutke, strinja, da v resnici ni sposoben doseči tega, kar se od njega pričakuje” (Goffman 2008, 15). “Celo kadar se stigmatiziranemu človeku pove, da je človek kakor vsi drugi, se mu hkrati tudi pove, da bi bilo nespametno zamolčevati stigo ali pustiti na cedilu 'svojo' skupino. Na kratko, pove se mu, da je in da ni enak kot vsi drugi, čeprav se ti, ki to govorijo,

ne morejo zediniti v tem, v kolikšni meri naj bi bil prvo ali drugo. To protislovje in ironija sta njegova usoda” (Goffman 2008, 110).

To je tudi eden od razlogov, zakaj se stigmatizirani, hkrati pa tudi normalni, izogibajo, kot temu pravi Goffman (2008, 19), “mešanim stikom”, torej neposredni fizični bližini. V to seveda več prizadevanj vloži stigmatizirani, saj imajo stiki z normalnimi pomembnejše posledice zanj. Ko pa dejansko pride do takšne situacije, se pojavi ena izmed osnovnih socioloških situacij (prav tam, 20). Stigmatizirani posameznik se lahko zave, da je negotov glede tega, kako ga bodo normalni sprejeli, saj ni prepričan, v katero izmed kategorij bo uvrščen, pa tudi če je z uvrstitvijo zadovoljen, ni prepričan, kaj si normalni “v resnici” mislijo o njem. “Poleg tega stigmatizirani posameznik med mešanimi stiki verjetno čuti, da je v stalni pripravljenosti, da je nesproščen in prisiljen ves čas tehtati vtis, ki ga bo naredil, v tolikšni meri in na tistih področjih obnašanja, kot drugim tega ni treba početi” (Goffman 2008, 21). Ob tem se zaveda, da so lahko najmanjši dosežki obravnavani kot izjemni, hkrati pa so lahko majhni spodrsaljki ali naključno neprimerno vedenje interpretirani kot neposredni izraz drugačnosti, ki je posledica stigme (prav tam, 22). Zaradi takšnih prepričanj in strahov se stigmatizirani pogosto vnaprej odzove z obrambo in umikom.

Njegovo obnašanje pa vpliva tudi na normalne, ki so v stiku z njim, saj se jim zdi “bodisi preveč agresiven bodisi preveč v zadregi, v obeh primerih pa preveč pripravljen pripisovati našim dejanjem nehotene pomene” (prav tam, 24), zato ne znajo uspešno usmerjati svojega vedenja (ali pa imajo vsaj takšen občutek). “Občutimo, da se, medtem ko smo z njim, zaveda vsakega možnega vira neprijetnosti zase, zaveda pa se tudi, da se mi tega zavedamo, še več, zaveda se tudi, da se zavedamo tega njegovega zavedanja. To vodi v neskončno nazadovanje zaradi medsebojne občutljivosti (...)” (Goffman 2008, 24). Proces je problematičen zato, ker poteka v obratni smeri od tistega, skozi katerega se posameznik preneha počutiti stigmatiziran: skozi pogoste interakcije z normalnimi namreč stigmatizirani izgubi občutek manjvrednosti in spretnije obvladuje interakcije z normalnimi, pa tudi normalni sčasoma razrahljajo primež klasifikacije in stereotipizacije. Goffman (2008) piše o tem, da so stereotipnim odzivom podvrženi neosebni stiki med neznanci, ki pa se, ko se te osebe zbližajo, sčasoma umaknejo naklonjenosti, razumevanju in realistični osebni posameznikovih lastnosti. V tem smislu bi lahko rekli, da se upravljanje stigem omejuje na področje javnega življenja, torej na drugi konec kontinuuma, če je na enem koncu intimnosti (prav tam, 51).

Avtor stigmatizacije ne obravnava kot skupka lastnosti, ki bi določale posameznika pred ali mimo socialnih odnosov, v katere je vpleten. Nasprotno, stigma in normalnost sta odnosna pojma, saj sta učinek odnosov, v katere je posameznik vpleten; sta perspektivi, s katere interakcijski partnerji v neki situaciji zaznavajo drug drugega (Ule 2008, 25). Ali drugače: gre za problem različnosti, ne pa odklonskosti (Smith 2006). Človeška narava stigmatiziranega ni nič slabša od narave normalnega (prav tam).

Vlogi normalne in stigmatizirane osebe sta namreč po Goffmanovih besedah “dela iste celote in v resnici oba iz istega testa” (Goffman 2008, 114) oziroma prej perspektivi kakor osebi (prav tam, 120). Ti nastajata med mešanimi stiki v socialnih situacijah na podlagi neuresničenih norm, za katere je verjetno, da bodo vplivale na srečanje (prav tam). Povsem normalno je torej, da nekdo, ki je v nekem pogledu stigmatiziran, izkazuje vse normalne predsodke proti tistim, ki so stigmatizirani kako drugače (prav tam).

Kriterijev normalnosti v družbi preprosto ni mogoče v celoti izpolniti ali pa so protislovni, meni Goffman in dodaja, da je razmerje med normalnostjo in nenormalnostjo izrazito relativno in odvisno od socialnega konteksta. Vsak posameznik se zato včasih (lahko) znajde v situaciji, ko se počuti stigmatiziran (Goffman 2008). Na podlagi tega uvaja pojem “normalni deviant” (prav tam, 114), s katerim želi ponazoriti, kako običajen in pogost je status odklonskosti (Smith 2006, 88).

*Najsrečnejši izmed normalnih ljudi imajo verjetno svojo napol skrivno napako, za vsako majhno napako pa se najde socialna priložnost, ob kateri se bo zdela ogromna in bo ustvarila sramoten prepad med navidezno in dejansko socialno identiteto. Potemtakem priložnostno ogroženi in stalno ogroženi tvorijo isti kontinuum in je mogoče njihov življenjski položaj analizirati v istih okvirih. (...) Vprašanje družbenih norm je gotovo osrednje, toda mogoče se je treba manj ukvarjati z redkimi odkloni od običajnega kot z običajnimi odkloni od splošnega (Goffman 2008, 112).*

Avtor navaja primer iz ZDA, kjer za normalnega moškega, ki mu “ni treba zaradi ničesar zardevati”, velja samo tisti, ki je mlad, poročen, belec, ki živi v mestu in prihaja s severa, je heteroseksualno usmerjen, protestant, oče, ima visokošolsko izobrazbo, redno službo, lepo polt, primerno težo in višino in nedavne športne dosežke (prav tam). Vsi ostali, ki ne izpolnjujejo katerega od teh standardov, se bodo prej ali slej počutili stigmatizirane. Vprašanje torej ni, meni Goffman, ali ima nekdo izkušnje z lastno stigmatizacijo, saj jih seveda ima (če ne iz katerega drugega razloga, pa zaradi napredujoče starosti), ampak prej, s koliko

vrstami stigme ima lastne izkušnje (2008, 113). Identiteta je namreč nenehno odprta za različne krizne situacije in konfliktna razmerja, ki se permanentno ponavljajo (Ule 2000, 185).

Pomemben koncept oziroma razlikovanje, ki ga uvaja avtor, je razlikovanje med socialno sprejemljivo odklonskostjo in socialno nesprejemljivo odklonskostjo (Goffman 2008; Ule 2008). Sprejemljivo odklonski so tisti, katerih odklon je v okviru dopustnih odklonov v družbi ali skupini, na primer bolni, poškodovani, tisti, ki prevzamejo klovnovsko funkcijo. Skratka, gre za znotrajkupinsko odklonskost, ki jo skupina prepozna kot še sprejemljivo. Po drugi strani pa je socialna odklonskost tista, ki ogroža obstoječi družbeni red in je kaznovana z izključevanjem. Stigmatizirane osebe večinoma spadajo prav v to kategorijo (glej Ule 2008).

Glavno sporočilo Goffmanovega dela je gotovo to, da opozarja, kako "krhka, labilna in včasih tudi vprašljiva je tista podoba sociabilnosti, ki jo bolj ali manj nekritično in spontano sprejemamo kot normalno obliko vsakdanjega interakcijskega reda" (Ule 2008, 22). Stigma je skratka družbeni produkt (Ule 2000, 186); perspektiva, vloga, ki jo vsak vsaj včasih igra, ne pa atribut osebe (Goffman 2008).

Delo, ki ga nekateri označujejo za izjemno moralno in etično delo v sociologiji, saj ne zavzema vzvišenega položaja nad subjekti, ki jih obravnava (Smith 2006; Ule 2008), je sicer naletelo na številne kritike. Goffmanu so očitali marsikaj, med drugim pomanjkanje konceptualne koherence in skorajda odsotnost razvidne metodologije (Ule 2008, 33). Kot je zapisal Smith (2006, 110), je bil Goffman po mnenju mnogih preveč empiričen, da bi ga lahko obravnavali kot teoretika, in hkrati preveč teoretičen, da bi ga imeli za etnografa. Manjka mu prepoznavna metoda, na kateri je utemeljil svoje ugotovitve, saj bralcem ponudi zelo malo podatkov o tem, kako se je dokopal do svojih prepričanj, pa tudi teorije in razlage družbenega življenja (Smith 2006). Nikoli, na primer, ni uporabljal statističnega aparata, sicer tako značilnega za sodobno ameriško sociologijo (Ule 2008). Namesto tega se je vživel v vlogo tihega opazovalca, ki skuša biti čim bolj nemoteč in z natančnim opazovanjem prihaja do zabelezk o svojih ugotovitvah (prav tam; glej tudi Smith 2006). Smith ob tem navaja Cioffija (2000 v Smith 2006, 111), ki meni, da Goffman v svojem delu pravzaprav ne pove nič novega, ampak samo preuredi in zapleta to, kar že vemo. Goffman, še dodaja Smith (prav tam), se je z nekaterimi od teh očitkov celo strinjal, vendar pa je dejal, da sam šele postavlja temelje novim dognanjem in teorijam, ki morajo biti potrjene (ali ovržene) s sistematičnim empiričnim raziskovanjem. Po njegovem mnenju je v vsakem primeru boljši spekulativen pristop k temeljnim območjem človekovega vedenja kot pa rigorozna slepota za ta območja

(prav tam). Lemert (1997) dodaja, da Goffman sicer res ni ponudil nobene formalne teorije družbenih struktur, vendar pa je sledil predpostavki, da moramo biti empirični glede struktur, ki so po svoji naravi izven izkustvenega polja, torej izven področja empiričnega.

Goffman je namreč bolj kot teorije velikega ali srednjega obsega cenil skromno, vendar vztrajno analizo, ali kot je sam dejal, ogrodja nižjega reda, piše Ule (2008, 33). Pomembno se mu je zdelo povezovanje stvari, ki jih udeleženci analiziranih socialnih situacij niso videli ali se jih niso zavedali. Njegovi pogosto metaforični pojmi so omogočali nove načine gledanja na pojave socialne interakcije, ki nam pogosto uhajajo zato, ker se nam zdijo samoumevni ali so zunaj naše običajne pozornosti (prav tam).

Metodologija oziroma odsotnost le-te pa ni edini problem, na katerega opozarjajo Goffmanovi kritiki. Burns (1992) piše, da v Stigmi, ki temelji na predpostavki, da v družbi obstaja sistem kategorizacije oziroma klasifikacije, Goffman ne pojasni natančno, kako ta sistem funkcionira. Poleg tega po njegovem mnenju po nepotrebem zaplete koncept identitete, ki jo predstavi kot sestavljeno iz treh elementov: virtualne, aktualne in ega. Jenkins (1996) k temu dodaja, da so tudi sami elementi problematični, saj delitev na osebno in socialno identiteto ni smiselna, ker obe obstajata samo kot družbena pojava. Poleg tega avtor meni, da ni ustrezno niti pojmovanje aktualna oziroma virtualna identiteta, ker implicira, da je aktualna bolj resnična od virtualne (prav tam). Za razliko od nekaterih drugih avtorjev je Jenkins (1996) prepričan, da je Stigma najmanj zadovoljivo Goffmanovo delo na sploh, saj hoče v isto teorijo »stlačiti« preveč različne ljudi, ki nimajo ničesar skupnega: od bolnih in kriminalcev do pripadnikov etničnih manjšin. Vendar pa, kot piše Burns (1992), je prav to njegov namen: ustvariti inkluzivno teorijo, ki bi pokazala, da ne gre za to, da so nenormalni takšni kot mi, ampak da smo mi, ki sodimo in klasificiramo, takšni, kot so oni (Lemert 1997, 17).

Nekateri Goffmanovi kritiki so menili tudi, da je premalo ali praktično nič pozornosti namenjene temu, kako (če sploh) se stigmatizirane osebe lahko uprejo procesu stigmatiziranja, vprašljiva pa se jim zdi tudi domneva, da stigmatizirane osebe delijo enaka prepričanja in vrednotenja njih kot ostala družba (Ule 2008, 34). Očitali naj bi mu celo konformizem z obstoječim družbenim redom, vendar pa proti temu priča že sam izid njegovih del: sovpadla so namreč z začetnim valom tako imenovanega antipsihiatričnega gibanja, vsebinsko pa so bila prav tako emancipatorna, saj so nakazovala smer odmikanja ureditev in praks psihiatrije od modelov totalne institucije (prav tam).



Da Goffman ni bil zagovornik obstoječega družbenega reda, je očitno tudi iz same vsebine Stigme. Njegovo delo je namreč utemeljeno prav na premisi, da smo vsi včasih stigmatizirani, kar pomeni, da ne izpolnjujemo obstoječih norm in pričakovanj. Z besedami Lemerta (1997, xvii), smo, kar smo, kljub pritiskom družbenih struktur, in edini način, kako lahko to dosežemo, je kršenje pravil, ki jih postavlja avtoriteta. Po drugi strani, meni Branaman (1997), pa ostaja dejstvo, da se s stigmatizacijo ohranjajo določene hierarhije v družbi, ki jih stigmatizirani, da bi se izognili nerodnim situacijam v mešanih stikih, ne izzivajo.

#### **4.2 Aplikacija koncepta na spletno novinarstvo**

Goffmanov koncept identitete kot stigme je, kot smo že zapisali, za preučevanje spletnega novinarstva kot takšnega in še posebej v odnosu do televizijskega novinarstva primeren zato, ker predpostavlja obstoj skupine normalnih in skupine marginaliziranih, pri čemer so v našem primeru normalni novinarji množičnih medijev, marginalizirani pa spletni novinarji. Pogoj za to pa niso le odnosi nadmoči in podrejanja, ampak tudi to, da se marginalizirani strinjajo s svojim položajem in sprejmejo svojo stigmo (glej Goffman 2008).

Pokazali smo že, da nekateri avtorji zaradi posebnosti, ki jih prinaša spletno novinarstvo, govorijo o drugotnem statusu spletnega novinarstva v odnosu do tradicionalnega in o tem, da so spletni novinarji druga vrsta novinarjev (Deuze 2003). Oblak Črnič (2007) medtem pravi, da nastaja posebna medijska logika, ki jo nekateri imenujejo kar četrta vrsta novinarstva. Novinarsko delo se namreč v spletnem okolju spreminja in identitete novinarjev postajajo vse bolj heterogene (Dahlgren 1996). Definicija spletnega novinarja bi se tako nekoč lahko celo združila z definicijo drugih javnih komunikatorjev, saj njegova vloga posrednika v času, ko je klasični hierarhični model komunikacije od zgoraj navzdol izzvan, izginja (prav tam), mediji pa postajajo platforme za diskusijo med državljani in za njihovo pripovedovanje zgodb (Deuze 2003).

Med tradicionalnimi in spletnimi novinarji zato prihaja do sporov in predsodkov, saj mnogi spletno novinarstvo dojemajo kot manj prestižno. Odnose med obojimi zaznamuje nelagodje, tesnoba, nezaupanje in nespoštovanje (Deuze 2004).

Dober pokazatelj razkola znotraj novinarske skupnosti je tudi dejstvo, da novinarji množičnih medijev spletnim medijem ne zaupajo, kar je potrdila raziskava med 106 slovenskimi novinarji (Poler Kovačič, Erjavec in Štular 2010). Rezultati so namreč pokazali, da je večina anketirancev prepričanih v to, da so zaposleni v uredništvih množičnih medijev v primerjavi z

zaposlenimi na spletnih medijih bolj izkušeni in priznani novinarji, da so informacije bolj temeljito raziskane in preverjene, medtem ko so na spletnih straneh novinarji površni in hitri, informacije pa nepreverjene in ustvarjene na podlagi sporočil za javnost (Poler Kovačič, Erjavec in Štular 2010).

Takšno prepričanje večine anketiranih novinarjev (ki ga potrjujejo tudi druge raziskave, predstavljene v tretjem poglavju) kaže na očitno polarizacijo novinarske skupnosti, v kateri so spletni novinarji potisnjeni na obrobje oziroma so obravnavani kot drugorazredni. Kar njihov položaj še konsolidira, pa je dejstvo, da tudi sami spletni novinarji negativno in pesimistično gledajo na spletno novinarstvo. Raziskava, izvedena v ZDA, namreč kaže, da so spletni novinarji prepričani, da splet negativno spreminja fundamentalne vrednote v novinarstvu (State of the Media 2009).

Dejstvo je torej, da ločnico med "pravim" in "nepravim", "dobrim" in "slabim" novinarstvom ustvarjajo novinarji sami (Oblak Črnič 2007), tudi spletni, in to prav s sprejemanjem negativnih kategorizacij in stereotipov, če si sposodimo Goffmanovo (2008) besedišče. Tovrstno ločevanje na »prave« novinarje in tiste, ki to niso, pa nujno spodkopava identiteto slednjih (glej Dahlgren in Sparks, 1992). Če je njihova identiteta torej okrnjena in če svoj položaj nizko vrednotijo, to predstavlja izziv razumevanju novinarstva in identitete novinarjev, problematično pa je tudi za družbo, v kateri postaja spletno novinarstvo vse pomembnejši način pridobivanja informacij (Hachten 2005).

## 5 METODOLOGIJA

Raziskava bo temeljila na kvalitativnem raziskovanju, s katerim bomo dobili širok vpogled v poklicno življenje spletnih novinarjev v uredništvu 24ur.com in njihovo identiteto. Pomemben poudarek na tem mestu je predpostavka, s katero pristopamo k preučevanju identitete: prepričani smo, da identiteta ni notranja posest posameznika, ampak konstrukt, ki se oblikuje na podlagi posameznikovih notranjih in zunanjih izkustev, spoznavamo pa jo lahko skozi jezikovno posredovane oblike doživljanja samega sebe (Ule 2000, 306), k čemur bomo stremeli v raziskavi. Zato smo se tudi odločili za kvalitativno raziskovanje, saj so bolj kot dejstva v funkcionalističnem smislu pomembne interpretacije in percepcije intervjuvancev. Ne raziskujemo namreč neke neodvisne objektivnosti, ampak subjektivno doživljanje posameznika in posameznice, skozi katero se konstituira njegova/njena realnosti.

Gre za paradigmo interpretivizma, ki predpostavlja tesno prepletenost objektivnih in subjektivnih pomenov (Della Porta in Keating 2008), oziroma, še bolj natančno, konstruktivizma, kar pomeni, da je izkustveni svet dostopen preko pomenov, ki mu jih pripisujejo posamezniki (Corbetta 2003, 24). Ekstremni konstruktivizem zagovarja stališče, da objektivne realnosti sploh ni, vendar se s tem ne bomo podrobneje ukvarjali in se bomo raje osredotočili na manj skrajno različico, ki pravi, da obstoj takšne realnosti ni pomemben, ker do nje kot raziskovalci pač ne moremo prodreti (prav tam). Dejstvo je sicer, da pri preučevanju identitet objektivna realnost niti ni relevantna, ampak gre za neke vrste subjektivne, multiple realnosti oziroma relativizem mentalnih konstruktov posameznikov (Corbetta 2003).

Raziskovalci se torej ne ukvarjajo s tem, kakšna je realnost, ampak z vprašanjem, kako izkustveni svet ustrezno predstaviti (Hacking 1999 v Della Porta in Keating 2008, 24). Zato uporabljajo koncepte in teorije, katerih aplikacije pa ne gre dobesedno in absolutno razumeti, temveč jih je treba dojemati kot parcialne načine razumevanja sveta, ki za bolj poglobljeno razumevanje zahtevajo primerjavo in kritično postavljanje ob bok drugim teorijam (Kratochwil 2008).

### 5.1 Udeležba

Od poletja 2008 do zime 2010 je avtorica kot spletna novinarka delala v uredništvu 24ur.com in spoznala organizacijo in kulturo novinarske produkcije za splet v medijski hiši Pro Plus. Pri

tem je treba poudariti, da raziskovanje ni bilo sistematično, saj ni bilo načrtovano in dokumentirano. Kljub temu na podlagi relativno dolgega časovnega obdobja, v katerem je v uredniškem okolju opazovala delo spletnih novinarjev in z njimi tudi navezala stike in vzpostavila odnose (glej Corbetta 2003), lahko vlečemo vzporednice z dosedanjimi dognanji empiričnega raziskovanja in teoretičnih razprav v strokovni literaturi na tem področju. Udeležba, kot takšni obliki raziskovanja pravi Gold (1958 v Bryman 2001, 410), nam je služila za uokvirjanje raziskovalnega subjekta, torej uredništva 24ur.com. Dognanja, do katerih se je dokopala v času dela v uredništvu, pa so nam služila tudi kot okvir za sestavljanje osrednjih tem intervjuja.

## **5.2 Poglobljeni intervjuji**

Temelj za našo raziskavo so bili poglobljeni intervjuji, za katere smo se odločili na podlagi teme, ki jo preučujemo. Kvalitativno raziskovanje, še posebej pa interpretivizem, zahteva empatični odnos, razumevanje intervjuvanca in gledanje na svet skozi njegove oči (Corbetta 2003). Namesto vprašalnika, ki bi intervjuvance soočil z zaprtimi tipi vprašanj ter jih umeščal v vnaprej določene kategorije, smo uporabili polstrukturirani poglobljeni intervju, s katerim smo sicer določili glavne teme in probleme intervjuja, pri tem pa dopuščali določeno mero svobode za odzivanje in zahajanje s teme, saj nas je zanimalo tudi to, katere teme so želeli izpostaviti intervjuvanci (Bryman 2001). Kot že rečeno, nas niso zanimala mnenja v funkcionalističnem smislu, ampak percepcije in interpretacije posameznikov, ki gradijo njihovo identiteto in realnost (Silverman 2001). Prav zato intervju ni bil standardiziran, ampak se je prilagajal vsakemu posamezniku, da bi tako spoznali njegove mentalne kategorije in jezik, preko katerega daje pomene svetu okrog sebe (Corbetta 2003).

Intervjuvali smo deset novinarjev, ki smo jih izbrali predvsem na podlagi tega, kako dolgo delajo v uredništvu spletne strani 24ur.com. Želeli smo namreč raziskati percepcije tistih novinarjev, ki so imeli izkušnje tudi z ločenim uredništvom. Kljub temu da je bilo med njimi tudi nekaj takšnih, ki vsaj občasno delajo kot uredniki oziroma urednice, jih hierarhično nismo ločevali, ne kar se tiče vprašanj, ne kar se tiče analize odgovorov, saj se nam je za raziskavo bolj kot to zdelo relevantno raziskovanje tega, ali oziroma kako kot člani skupine spletnih novinarjev 24ur.com zaznavajo hierarhijo znotraj širše novinarske skupnosti.

Analiza tako pridobljenih podatkov se bo osredotočala na ugotavljanje tistih skupnih točk, ki intervjuvance povezujejo, in na opazovanje, kje prihaja do razlik (Bryman 2001), pri čemer pa

ne bomo težili k temu, da bi ugotovitve posploševali na širšo skupnost (spletnih) novinarjev, ampak bomo predvsem skušali razumeti vsakega posameznika posebej in skupnost spletnih novinarjev 24ur.com (Corbetta 2003).

### **5.3 Raziskovalni subjekt: 24ur.com**

24ur.com je spletni portal multimedijskega podjetja PRO PLUS, ki poleg omenjene spletne strani in specializiranih spletnih portalov združuje tudi tri televizijske kanale: POP TV, Kanal A in od nedavnega POP BRIO (pred tem TV Pika). Najuspešnejši med njimi je POP TV, ki po podatkih iz raziskave medijev AGB Nielsen iz leta 2010 dosega povprečno 25,3-odstotni delež gledanost, v najbolj gledanem terminu pa 34,5-odstotni (več o tem na spletni strani Central European Media Enterprises). PRO PLUS je sicer v lasti ameriške korporacije Central European Media Enterprises (CME), ki je na slovenski trg vstopila sredi 90. let prejšnjega stoletja, v lasti pa ima tudi medijske hiše na Češkem, Slovaškem, v Bolgariji, Romuniji in na Hrvaškem.

Portal 24ur.com obstaja od leta 1999, ko je, kot pišeta Milosavljević in Vobič (2010), v slovenskih medijih prevladalo prepričanje, da je »treba iti na splet«. Podobno kot na drugih portalih je tudi 24ur.com začel tako, da je bila izključno za splet odgovorna le peščica ljudi, ki so povzemali novice tiskovnih agencij, kasneje se je okrepilo sodelovanje s televizijskimi novinarji, ki so začeli tudi sami pripravljati prispevke za splet – takrat še zgolj v pisni obliki (Usenik 2009). To ni bilo nič nenavadnega, poudarjata Milosavljević in Vobič (2010), saj so bili v začetku spletni mediji le podaljški televizijskih oziroma časopisnih in so zgolj reciklirali njihove vsebine.

Danes je po podatkih Merjenja obiskanosti spletnih strani v Sloveniji (MOSS) za februar 2011 24ur.com najbolj obiskana spletna stran v državi. Obiskanost je glede na raziskavo v primerjavi s prejšnjim mesecem upadla za 2,9 odstotka, vendar pa je stran kljub temu v enem mesecu obiskalo 674.967 različnih uporabnikov oziroma uporabnikov z različnih IP naslovov, kar predstavlja 53,8-odstotni doseg (Rezultati MOSS Marec 2011).

Uredništvo 24ur.com, katerega odgovorna urednica je trenutno Barbara Repovž, je razdeljeno na sekcijo dnevno-političnih novic, kjer dela štirinajst novinarjev, športno sekcijo in sekcijo Ekskluziv, ki pokriva zabavo, trače in zanimivosti iz Slovenije in iz sveta. Športni novinarji so fizično ločeni od preostalih dveh skupin, novinarji za dnevno-politične novice in novinarji Ekskluziva pa so od jeseni 2010 v skupnem uredništvu s televizijskimi novinarji oddaje

24UR. Odločitev za selitev je bila vodena od zgoraj navzdol, kar pomeni, da predhodnih pogovorov ali posvetovanj z novinarji ni bilo.

Vobič (Matković 2009) med glavnimi problemi omenjene spletne strani izpostavlja vse bolj senzacionalistično poročanje in pomanjkanje primarne novinarske produkcije vsebin, kar povezuje z industrializacijo produkcije novic, torej željo po ažurnosti v vsakem trenutku in po stalnem proizvajanju novic. »Produkcija novic na 24ur.com spominja na tekoči trak,« meni (prav tam) in ob tem opozarja: »Kot primarni vir novic se uporabljajo agencijske vesti, drugi mediji in primarna dejavnost (televizija), zato 24ur.com še vedno velja za nek podaljšek televizije. Gre za reciklažo novic, s čimer izgublamo primarnega avtorja. Ne vemo točno, kdo je in izgublamo odgovornost novinarja.«

## 6 ANALIZA

### 6.1 Ali identiteta spletnih novinarjev 24ur.com ustreza konceptu stigme po Ervingu Goffmanu?

Za preučevanje identitete spletnih novinarjev v okviru Goffmanovega koncepta stigme je potrebno ugotoviti, kakšno je njihovo mnenje o spletnem novinarstvu in spletnih novinarjih na sploh. Goffman namreč trdi, da je za obstoj stigme nujna seznanjenost z normami in vrednotami dominantne skupine, saj tudi če ljudje ne sprejemajo svoje stigme, so vseeno seznanjeni s stereotipi dominantne kulture in ocenami svoje stigme oziroma stigme svoje skupine. Za začetek nas je torej zanimalo, kako spletni novinarji 24ur.com dojemajo spletno novinarstvo, spletne novinarje, pa tudi svoje delo in pomembnost, ki mu jo pripisujejo, vse to znotraj okvira širše novinarske skupnosti in ne omejeno zgolj na Pop TV.

Vsi intervjuvanci so izrazili prepričanje o tem, da imajo spletni novinarji nižji položaj v novinarski skupnosti v primerjavi z drugimi novinarji. Kot so mi povedali med intervjuji, se jim zdi, da so spletni novinarji v splošnem »podrejeni«, »manj vredni«, »zelo, zelo podcenjeni«, »nespoštovani«, »velikokrat ponižani«, »zadnji v novinarski prehranjevalni verigi«, »niti ne dojeti kot novinarji«, »delavci v tovarni« (glej Priloga A).

Ko sem jih spraševala, zakaj je tako, so bili njihovi odgovori velikokrat usmerjeni v to, da je spletno novinarstvo novost in da nima še tradicije, zaradi česar še ni vzpostavljen status teh novinarjev, ali pa so omenjali anonimnost in neprepoznavnost. Ena od intervjuvank je dejala, da so spletni novinarji pač »zamenljiva roba. Če ne boš danes več mogel, te bomo pač zamenjali, bomo poklicali študenta, ker itak stojijo v vrsti« (Intervjuvanec F).

Tudi sicer obstaja splošno mnenje med njimi, da delo, ki ga opravljajo, lahko opravlja vsak ali pa se ga vsaj skorajda vsak lahko priuči. »Uredniki iščejo mlade, ki so še zelo pri močeh in energiji, da jih popolnoma izčrpajo in izcuzajo. (...) In tu oni ne delajo nobene selekcije, enostavno jemljejo mlade ljudi,« je dejala ena od intervjuvank (Intervjuvanec F). Tudi ta odsotnost pogojev, potrebnih za vstop v skupnost spletnih novinarjev, je povezana z dejstvom, kako so spletni novinarji dojeti v širši novinarski skupnosti in znotraj medijskih hiš oziroma kako sami dojemajo te odnose. »Kakšnega spoštovanja ni. Mislim, da je tudi preveč utopično pričakovati, da bi ga kdaj lahko sploh dobili,« je o odnosu nadrejenih dejala ena od novinark in ob tem pojasnila, da je to zato, ker »si mislijo, da mi samo nekaj kopipejstamo, damo v aplikacijo in damo na splet, in zakaj bi potem imel ti neko spoštovanje do takšnega novinarja?

Takoj, ko končaš osnovno šolo, lahko v bistvu prideš to počet« (Intervjuvanec Č). Spletnim novinarjem tako manjka spodbud, izrazov spoštovanja in občutka, da so cenjeni. Frustracije se pojavljajo tudi zato, ker je težko iztopiti iz »zelo omejenega območja delovanja« (Intervjuvanec F). Od spletnih novinarjev na 24ur.com se zahteva, da delajo v osemurnih izmenah iz pisarne, na teren, kar vsi razumejo kot neko pravo obliko novinarskega dela, pa lahko hodijo v svojem prostem času. Vendar pa je po njihovih besedah tudi v tem primeru tako, da redko dobijo pozitiven odziv na to. »Spletni novinarji so ujeti v nek kalup, ne morejo narediti koraka naprej, da bi delali. Enostavno je to dovolj in več kot toliko ni potrebno,« je povedala ena od intervjuvank in dodala, da se neke presežne vrednosti ne išče in ne spodbuja. »Vse, kar hočeš več, je nepotreben strošek (prav tam).« Eden od novinarjev je to opisal z besedami, da obstajata dve vrsti novinarstev, od katerih je eno preprosto »'štampanje', ko pač tipkaš novice eno za drugo«, drugo pa je ukvarjanje s poglobljenimi zgodbami (Intervjuvanec C). Spletno novinarstvo potrebuje oboje, se je strinjala večina vprašanih. Vendar pa glede tega vlada konsenz, da brez »back-upa od televizije ali časopisa, torej brez še ene ekipe novinarjev, ki hodijo na teren, si pogorel na celi črti« (prav tam). Prav oni so namreč, in tu se prav tako strinja večina spletnih novinarjev, zaslužni za večino originalnega poročanja in ekskluzivnih zgodb.

Zanimivo je, da so vsi sicer omenili, da je pri delu spletnih novinarjev veliko »kopipejstanja«, torej kopiranja besedil, kar se jim zdi zelo »nenovinarsko«, a po drugi strani so ob temeljitejšem razmisleku mnogi dejali, da je delo spletnih novinarjev v primerjavi z delom novinarjev množičnih medijev pravzaprav bolj zahtevno in bolj kompleksno. Ena od novinark je dejala, da je potrebnega »ogromno znanja, ker enostavno ne moreš biti usmerjen v eno področje, ogromno izkušenj, od tebe zahtevajo, da si novinar, snemalec, montažer, moraš obvladati lektoriranje, računalniške programe« (Intervjuvanec F), kar je druga opisala z besedami, da »moraš biti kar malo multipraktik« (Intervjuvanec D). Problematično pa se jim zdi to, da ne hodijo na teren in da opravljajo svoje delo skorajda izključno iz pisarne, to pa je tudi razlog, zakaj se jim zdi, da novinarji tradicionalnih množičnih medijev gledajo nanje, oziroma na spletne novinarje na sploh, zviška.

Ravno to je ključna točka, ko se lahko pojavi stigmatizacija, pravi Goffman (2008). Zato ker so spletni novinarji kljub drugačnemu načinu dela še vedno novinarji in so seznanjeni z normami in vrednotami novinarske skupnosti, razumejo svojo problematično pozicijo in odnos drugih novinarjev do njih. »Zdaj je mogoče bolj novinarsko biti časopisni novinar kot pa biti spletni novinar,« je povedala novinarka in pojasnila, da ji je najbolj všeč delati, ko so



izredni dogodki, na primer poplave (Intervjuvanec E). »Ker delamo kot vsi ostali novinarji, imamo svoje vire, svojo zgodbo vzpostavljaš, od nikjer ne prepisuješ. So pa tudi dnevi, ko ... Ne samo, da kopipejstaš, včasih nič ne moreš najti, da bi sploh kopipejstal. In to je mukotrpno, ker pač moraš biti tam in oddelati osem ur, ne glede na to, ali se kaj dogaja ali nimaš kaj početi. In takrat se počutiš kot en delavec v tovarni, ki producira novice, ker novice pač morajo biti,« je še pojasnila (prav tam).

Pojavljajo se frustracije tudi glede tega, da se novinar ne more osredotočiti na eno področje, zaradi česar je po mnenju mnogih kakovost objavljenih novic slabša, ta pa trpi tudi na račun hitrosti. »Bolj kot kvaliteta je pomembno to, da smo prvi, pa tudi če je le en stavek v novici, tudi če ni popolnoma preverjena zadeva,« je povedala ena od novinark (Intervjuvanec B). Zaradi te hitrosti je pomembno, da je spletni novinar zelo razgledan in da veliko ve o najrazličnejših temah. »Če nič ne veš, nič ne moreš napisati, samo to, kar ti ponudijo drugi. Če pa kaj veš tudi sam, je to tvoja prednost,« je v intervjuju dejal novinar, ki pa se mu zdi, da ta dodana vrednost vsaj zaenkrat ni dovolj cenjena (Intervjuvanec C). Si torej »bolj zbiralec novic kot pa nek raziskovalni novinar«, je podobno ocenila intervjuvanka (Intervjuvanec E).

Težave, ki jih je omenilo kar nekaj novinark in novinarjev, se pojavljajo tudi v odnosu političnih in ekonomskih akterjev do spletnih novinarjev. Ti namreč spletnih novinarjev ne spoštujejo dovolj oziroma ne toliko kot, denimo, novinarje časopisnih ali televizijskih hiš. »Dejstvo je, da ti ne moreš komentirati nekega političnega dogajanja skozi spletno novinarstvo in pač ne moreš tekmovati z nekom, ki je politični komentator pri osrednjem časopisu. Posledično si manj zanimiv za same politične in ekonomske igralce, skratka za vse, ki vstopajo v te zgodbe. Manj si prisoten na nekih zabavah in sprejemih in podobno, imaš nižjo stopnjo izpostavljenosti,« je to komentirala ena od sogovornic (Intervjuvanec A), njen kolega pa je dodal: »Dostikrat se počutiš kot totalen 'luzer'. Totalen 'luzer', itak. Dostikrat kličeš nekoga, ti ne dvigne, vprašanja, kdo si ti, kaj si ti ... Medtem ko novinarji, ki ga pozna, se javi, mu razlaga, ker on to hoče, ker mu zaupa. Ti akterji, najsi bo politični ali ekonomski, nimajo nobenega zaupanja do spletnih novinarjev« (Intervjuvanec C). Tudi zato je težko dobiti ekskluzivne zgodbe, ravno te pa so najpomembnejše pri vzpenjanju po hierarhiji znotraj novinarske skupnosti, za katero se velika večina intervjuvank in intervjuvancev strinja, da obstaja. (Tu moramo omeniti mnenje kar nekaj intervjuvanih novinark in novinarjev, ki so dejali, da imajo z nekaterimi politiki, predstavniki za stike z javnostmi in drugimi težave tudi zato, ker je 24ur.com spletna stran, ki veliko prostora namenja tudi tračem in trivialnostim.

Nekateri torej dopuščajo možnost, da ne gre za problem spletnega novinarstva, ampak konkretne spletne strani.)

In če se strinjajo, da je razlika v pokrivanju notranjepolitičnih novic, pa se strinjajo tudi, da ni skorajda nikakršnih razlik v pokrivanju zunanje politike. »Saj tudi drugi mediji dejansko delujejo po enakem principu, saj svetovnih novic tudi svetovni mediji ne delajo drugače kot mi, pač dobivajo jih preko tiskovnih agencij. Razlika se kaže mogoče v tem, koliko oni sami cenijo svoje delo,« je povzela ena od novinark 24ur.com (Intervjuvanec E). »Ker če mi sami sebe dojemamo kot manjvredne, bomo vedno manjvredni« (prav tam). S tem je po mnenju druge intervjuvanke povezano tudi dejstvo, da se spletni novinarji neradi podpisujejo s polnimi imeni. »Ker so spletni novinarji pač manjvredni, ker se gradi na tem prepričanju« (Intervjuvanec F). Eden od novinarjev je povedal, da je bil to njegov edini pomislek, preden je sprejel službo kot spletni novinar. »Edina stvar, ki me moti pri spletnem novinarstvu, pa se to počasi izboljšuje, ne vem sicer, ali se bo kdaj čisto ali bo ostalo tako, ampak to, da veljajo klasični mediji za bolj cenjene, bolj kakovostne. To je edina stvar. Spletne novinarje podcenjujejo« (Intervjuvanec I). Na vprašanje, kdo je to, ki jih podcenjuje, je odgovoril: »Vsi. Predvsem ostali novinarski kolegi, pa tudi sami spletni novinarji mislimo mogoče, da je res malo manj ... Zato ker je eno tako splošno mnenje, se mi zdi« (prav tam). Konkretizirati ni znal: »Pa saj ne vem, če dejansko to čutim (to podcenjevanje, podrejenost kolegom z drugih medijev, op. a.). Bolj je tako, neko mnenje v zraku. Ni to konkretno, ne morem konkretizirati. To je kot neko mnenje, nekaj, kar se ti zdi včasih. Saj lahko, da sploh ni res.« Se pa kljub temu strinja, da ta percepcija, četudi včasih brez realne osnove, igra vlogo pri tem, kako bodo spletni novinarji opravljali svoje delo. Spletni novinar si tako »verjetno manj upa izpostavljati, manj upa vprašati, manj upa biti kritičen, manj je samozavesten«, zaradi česar je »manj prodornih, manj mnenjskih novic. (...) Manj je lastnih svežih informacij« (prav tam). Takšna percepcija prav tako vpliva tudi na to, kakšno težo dajejo spletni novinarji svojemu delu. »Mislim, da imamo spletni novinarji veliko večji vpliv, kot se sami zavedamo, ne vem, če se zavedamo, kakšno odgovornost nosimo pri vsaki novici, ki jo objavimo,« je dejala ena od intervjuvank (Intervjuvanec E). To je povezano tudi s tem, da se ne podpisujejo s polnimi imeni. »Na internetu ni nobenega nadzora in ravno zato ima novinar veliko večjo odgovornost kot se mu zdi. Če se ti podpišeš z inicialkami, to še ne pomeni, da ti nisi odgovoren za to, kar tam stoji. Vsaj moralno, če že ne pravno« (prav tam).

Če se zdaj vrnemo spet h Goffmanu in njegovemu konceptu stigme ter ga skušamo aplicirati na spletno novinarstvo oziroma spletne novinarje, moramo najprej ugotoviti, ali se spletni

novinarji počutijo marginalizirani znotraj novinarske skupnosti. Kot piše B. Zelizer (1993), so novinarji interpretativna skupnosti, ki jo družijo diskurz, kolektivne interpretacije in kolektivni spomin ter določena stopnja avtoritete, s čimer je povezano tudi dojemanje statusa. Gre, skratka, za to, kako se novinarji dojemajo, kar se reproducira ne le skozi formalno povezovanje, ampak tudi (če ne še bolj) skozi neformalne pogovore, sestanke, avtobiografije, retrospektive, intervjuje in številne druge neformalne načine interakcije (Zelizer 1993).

Skozi intervjuje smo ugotovili, da se spletni novinarji 24ur.com počutijo marginalizirane v odnosu do drugih novinarjev množičnih medijev, kot smo pokazali na prejšnjih straneh. Ne samo, da se jim zdi, da od drugih ne-spletnih novinarjev dobijo premalo spoštovanja in da jih ti sploh ne dojemajo kot »prave« novinarje, ampak tudi sami menijo, da so bolj kot novinarji delavci v tovarni in da bi njihovo delo lahko opravljal tako rekoč vsak študent.

Prav to, da sami dojemajo svojo drugačnost kot pomanjkljivost, je pogoj za stigmatizacijo (Goffman 2008). Odnosi drugih, četudi še tako nerazumevajoči in podcenjujoči, niso dovolj, da bi privedli do stigme, ampak morajo, kot piše Goffman (prav tam), sami sprejeti norme in vrednote širše družbe oziroma dominante skupine.

Skozi intervjuje se je torej pokazalo, da se intervjuvanim novinarkam in novinarjem zdi, da delo, ki ga opravljajo, ni tisto pravo »novinarsko«, zaradi česar tudi imajo občutek neenakovrednosti v primerjavi z novinarji tradicionalnih množičnih medijev. Ker so del interpretativne skupnosti novinarjev (Zelizer 1993), razumejo pojem novinarsko delo v klasičnem, celo idealiziranem smislu, zato posledično svojega načina dela ne razumejo kot »pravega novinarskega«. Očitno je torej, da se zavedajo svoje pomanjkljivosti. Zanimivo je, da medtem ko svoje delo po eni strani implicitno označujejo kot »manj novinarsko«, se jim po drugi strani zdi, da opravljajo bolj zahtevno in kompleksno delo kot novinarji tradicionalnih množičnih medijev, kot torej tisti, ki opravljajo »pravo novinarsko« delo. Vendar pa nadrejeni ter politični in ekonomski akterji sicer »manj pravega« novinarskega dela, četudi bolj napornega in stresnega, po mnenju spletnih novinarjev 24ur.com ne spoštujejo toliko kot tistega »bolj pravega«, kar gotovo igra vlogo pri tem, kako ga vrednotijo tudi sami spletni novinarji.

Skoraj vsi intervjuvani spletni novinarji so sicer poudarili, da se jim zdi, da se stvari počasi spreminjajo na bolje, predvsem glede odnosa drugih novinarjev in akterjev na političnem in gospodarskem prizorišču, pa tudi kar se tiče njihove samozavesti. Prav to je ključnega pomena, saj stigma lahko obstaja le, če oziroma dokler jo posameznik sprejema (Goffman

2008). Ali z besedami ene od intervjuvank: » (...) če mi sami sebe dojemamo kot manjvredne, bomo vedno manjvredni« (Intervjuvanec E).

## **6.2 Kakšno vlogo pri oblikovanju identitete spletnih novinarjev igra odnos s televizijskimi novinarji?**

Ugotovili smo torej, da se spletni novinarji 24ur.com počutijo potisnjene na margino novinarske skupnosti, četudi ne znajo vedno artikulirati, kdo jih tja potiska in zakaj. Zato bomo skušali ugotoviti, ali na te negativne občutke vpliva prisotnost televizijskih novinarjev 24UR, s katerimi si delijo uredništvo, in če vpliva, kako. Ugotoviti smo želeli ne samo, kakšen je odnos med obojimi skupinami novinarjev oziroma kako te odnose dojemajo intervjuvani novinarji, ampak tudi, kako se spletni novinarji 24ur.com na sploh počutijo v tradicionalno televizijski medijski hiši.

Ker bližina dominantne skupine po Goffmanu (2008) lahko še dodatno potencira občutke stigmatiziranosti med pripadniki marginalizirane skupine, nas je najprej zanimalo, kako se spletni novinarji 24ur.com počutijo v uredništvu, ki si ga delijo s televizijskimi novinarji. Izkazalo se je, da integrirano uredništvo obstaja bolj na idejni kot pa praktični ravni. »Pravzaprav živimo precej eden mimo drugega,« je povedala ena od intervjuvank (Intervjuvanec H). »Integrirano uredništvo pri nas pomeni samo to, da so nas dali v skupni prostor, integracija se ni niti začela. (...) nimajo niti ideje, kako naj bi to potekalo, ni smernic, nič. Sam prostor, kamor so nas dali, je v bistvu tako narejen, razdeljen, da so pregrade med nami. (...) Razporeditev tega uredništva je najverjetneje naredil nek delavec, ki je tudi pleskal in postavljajl parket in je pač nametal noter mize in stole,« je dejala druga (Intervjuvanec F). »En tak neviden zid nas ločuje,« je bilo še eno od podobnih mnenj (Intervjuvanec H).

Večini vprašanih novinarjev se sicer zdi, da je selitev v skupno uredništvo, četudi vsiljena od zgoraj (»Pač mi smo šli, ker smo morali iti, kar pa še ne pomeni, da nam je to všeč« (Intervjuvanec B)), prinesla vsaj minimalni napredek v odnosih med spletnimi in televizijskimi novinarji, predvsem kar se tiče sodelovanja. Ob tem ocenjujejo, da se je (vsaj malo) povečala in izboljšala komunikacija, ki pa je še vedno ni veliko in ne poteka na vsakodnevni ravni. Koliko je je, je pravzaprav težko, če že ne nemogoče ugotoviti iz odgovorov intervjuvancev, saj so nekateri dejali, da je je veliko, drugi, da je je nekaj in tretji, da je skorajda sploh ni. Bili so si pa enotni, da se to sodelovanje počasi izboljšuje, čeprav še zdaleč ni na zavidljivi ravni.

Nezanemarljiv razlog za to je nelagodje spletnih novinarjev. Nekaterim je bilo tako bolj všeč, ko sta bili uredništvi ločeni. »Težko se mi je bilo privaditi, ker so zelo glasni. Mi smo navajeni delati v miru, v tišini, s prižgano televizijo na glas, če spremljaš kakšne dogodke. Oni so precej bolj glasni, tako da meni je bilo to malce zoprno,« je bilo eno od mnenj (Intervjuvanec B). Nelagodje bi lahko pripisali tudi dejstvu, da se je zamenjalo razmerje moči, kot je to ugotovila ena od intervjuvank.

*Že ko sem prišla delat sem, ni bila prav tiha redakcija, ker smo bili v istem prostoru še z nekimi osebami, ki niso bile spletni novinarji, to so bili producenti, mikrostrani, ki imajo pač drugačen način dela ... Ampak je bilo pa vedno tako, da smo bili mi v tistem prostoru glavni. Mi smo jim lahko rekli, dajte, bodite tiho. Ko smo pa prišli v ta prostor skupaj s televizijci, se je pa razmerje moči čisto zamenjalo. (...) ne težimo več za vsako stvar, kot smo prej (Intervjuvanec E).*

Pristopanje k televizijskim novinarjem s prošnjami po sodelovanju je tako za mnoge stresno. »Če si koga rabil, si ga pač poklical, danes pa so to osebni stiki ... Saj to je po svoje dobra stvar, da tudi oni tebe spoznajo, ampak ...« je dejala ena od novinark 24ur.com, ki je še pojasnila, da ji je načeloma zoprno pristopati k televizijskim (Intervjuvanec B). »Včasih je bilo drugače, včasih ti je bilo težko poklicati, zdaj pa niti ni več. So se tudi oni malce privadili. Čeprav se mi zdi, da oni še vedno gledajo na to kot na nekaj ... Kaj me zdaj motiš, nimam časa, kaj mi težiš,« je o sodelovanju povedala druga intervjuvanka (Intervjuvanec D). Nekaj jih je dejalo tudi, da imajo težave s sodelovanjem zaradi preteklih negativnih izkušenj, večina je pa dejala, da je sodelovanje odvisno od posameznikov, ker so nekateri takšni, da »potem do njih raje sploh ne greš« (Intervjuvanec Č).

»Spletni novinar veliko težje pristopi do televizijskega kot pa obratno. Medtem pa televizijski nimajo nobenih težav priti do nas in tudi mi smo zelo prijazni in vse informacije delimo. Medtem ko obratno to ne deluje,« je dejala ena od naših sogovornic (Intervjuvanec E). Razloge gre iskati predvsem v odnosu televizijskih novinarjev do spletnih, oziroma, natančneje, v tem, kako spletni novinarji doživljajo ta odnos. Večinoma se jim zdi, da so zelo očitno podrejeni in nespoštovani. »Imam občutek, da je zelo težko priti v njihov krog. Tako pač ... Da nas nikoli ne bodo imeli za sebi enake, ne glede na to, kaj imamo (...) Zelo težko jim je priti blizu,« je povedala ena od spletnih novinark (Intervjuvanec B). Druga je mnenja, da jih televizijski novinarji »gledajo zviška in da nas mogoče tudi kot osebe, ne le kot novinarje, ne cenijo«, oziroma da »nismo dovolj dobri zanje« (Intervjuvanec B). Z nekaterimi

imajo tako slabe izkušnje, da se jim raje izogibajo: »Ker zelo ponižujejo, ko kaj rabijo, so sladki, ko pa ti prideš kaj vprašat, pa ti obrnejo hrbet, nočejo odgovoriti, te ignorirajo, tudi če dvakrat postaviš vprašanje, klasično poniževanje pač« (Intervjuvanec F).

Med drugim so intervjuvanke in intervjuvanci dejali, da jih imajo televizijski novinarji za »sive miške« (Intervjuvanec D), »pisarniške miši« (Intervjuvanec H), »svojo inštalacijo« (Intervjuvanec E); »Ne poznajo naših imen, jaz sem Pikakom, Urša je Pikakom, vsi smo Pikakom« (Intervjuvanec F). Pojavil se je tudi izraz »otroški vrtec za nesposobne novinarje«, vendar pa je intervjuvanka ob tem pojasnila, da je to prepričanje o spletnem uredništvu zelo dolgo časa veljalo med televizijskimi novinarji, da pa se počasi spreminja (Intervjuvanec H). V vsakem primeru, je dodala, je bilo tako dolgo časa ustaljeno, da se je ukoreninilo tudi v glavah spletnih novinarjev. In prav to je najbolj zaskrbljujoče. »Predsodki obstajajo na obeh straneh. In teh predsodkov se tudi spletni novinarji dobro zavedajo, včasih še preveč dobro, v smislu, da sami sebi škodujejo, ker si ne upajo, nočejo biti ponižani ...« je povedal novinar 24ur.com (Intervjuvanec C).

Kar nekaj vprašanih je prepričanih, da imajo televizijski novinarji kompleks večvrednosti, ker pač delajo na televiziji, »so malo bolj vzvišeni in egocentrični, čeprav noben nič slabega nikoli ne reče« (Intervjuvanec E) in »imajo zelo velik ego« (Intervjuvanec D) ter »se mečejo ven«, kar jim »gre na živce« (prav tam), a po drugi strani jih iz istega razloga, ker pač delajo na televiziji, »spoštujemo veliko bolj kot oni nas« (Intervjuvanec B). Pojavlja se celo strahospoštovanje in »ekstremno, ekstremno prilizovanje«, kot je dejala ena od intervjuvank (Intervjuvanec F).

*Na začetku je bilo neko strahospoštovanje, ki ga imajo nekateri še danes. Če ti bo tam nek novinarček rekel, ta informacija ni točna, bodo šli nekateri brez razmisleka popraviti tekst, ker si ne zaupajo toliko. Čeprav je po znanju in razgledanosti bolj v prednosti spletni novinar. Drugo je ekstremno, ekstremno prilizovanje, v smislu, vi ste tako dobro, sijajni, ko bi le tudi mi tako. Mi kot spletni novinarji se moramo rešiti tega strahospoštovanja in prilizovanja, se postaviti na svoje noge, dvigniti glavo, ker tudi mi imamo v glavi, da smo manjvredni, pokazati obraz in odločno reagirati na primere, kot je ta, da te nekdo pokliče Pikakom. (...) Problem pa je tudi ta, da če se en začne postavljati zase v smislu, ne, ta informacija pa ni točna, ker vem, da ni, te pa imajo 'na piki', nočejo več komunicirati s tabo, nočejo sodelovati. (prav tam)*

Vendar pa se to po njenem mnenju redko zgodi, saj so spletni novinarji večinoma sramežljivi, brez samozavesti in brez zaupanja vase. Občutka enakopravnosti vsekakor ni, je povedala druga novinarka. »(...) še vedno je tisto prepričanje, da so televizijski novinarji nekaj veliko več. Hkrati pa jeza, ker bi ti radi bili nekaj več. Sicer so spet razlike med posamezniki, ampak veliko je takšnih, ki si skorajda ne upajo pristopiti k nekemu s TV, po drugi strani pa tam penijo čez njih. (...) Jeza izhaja iz tega občutka, da so oni tam neke zvezde, mi smo pa pisarniške miši« (Intervjuvanec H). Ena od spletnih novinark je tako dejala, da ji je zoprno prositi televizijske novinarje za sodelovanje, ker se ji zdi, »da s tem jim daješ še večjo potrditev, da oni nekaj več vedo, ti pa ne« (Intervjuvanec B).

Pozitiven odnos ali enakopraven pristop televizijskih novinarjev zato včasih spletne preseneti. »Jaz moram reči, da kot se sami mogoče slabše dojemamo ali včasih težje dobimo kakšne informacije ... Sem po drugi strani včasih kar malo presenečen, da pridejo k meni po vprašanje, nasvet, dostikrat sodelujemo na terenu, pa vidiš na primer, da kakšno stvar ti bolj obvladaš kot oni in te potem sprašujejo ...« je povedal novinar, ki sicer dela malo drugače od večine, kar pomeni, da gre večkrat na teren in pripravlja bolj poglobljene zgodbe (Intervjuvanec I). Drugi je dejal, da je v združenem uredništvu »začutil preboj, da se lahko pogovarjam« (Intervjuvanec C). »S 'top' novinarko na Pop TV sem se normalno pogovarjal ... Zdaj ko je bil recimo Putin, me je vprašala, kaj bi jaz njega vprašal. Tega si prej nisem mogel predstavljati« (prav tam). Ena od intervjuvank je ob tem poudarila, da se ti gotovo dvigne samozavest, ko nekdo od televizijskih novinarjev pride k tebi. »Zdaj pa, kako se pogovarjaš z njimi, je pa čisto odvisno od vsakega posameznika. Z nekaterimi se lahko normalno pogovarjaš, z nekaterimi imaš pa tudi malo treme« (Intervjuvanec Č).

Neenakopravnost in občutke manjvrednosti stopnjuje tudi politika hiše in odnos nadrejenih. »Spletni urednik ima mogoče malo manj zaupanja v svoje novinarje (kot ima televizijski urednik v svoje novinarje, op. a.) (...) zaradi načina dela, hitrosti, potrebne širine ... Ali je to upravičeno ali ne, ne vem, včasih je, včasih ni,« je povedal eden od vprašanih (Intervjuvanec C). Večinsko mnenje je, da so televizijski novinarji boljše plačani, ker televizija »pač« prinaša več denarja. »Saj to je tudi normalno, nikoli ne bo mogel noben spletni novinar zahtevati takšne plače kot televizijski,« je povedala ena od novinark in pojasnila, da je tako zaradi neprepoznavnosti spletnih novinarjev (Intervjuvanec E). Med vsemi razlagami glede višje plače je najbolj izstopala ta, da imajo televizijski novinarji večjo odgovornost, ker niso samo inicialke in se ne morejo skrivati za sklicevanji. Tudi sicer pa prevladuje mnenje, da televizijski novinarji opravljajo »bolj novinarsko« delo v primerjavi s spletnimi, čeprav je

delo spletnih bolj stresno, naporno in kompleksno, zato menijo, da bi morala biti njihova plača višja, a ne tudi višja od plače televizijskih novinarjev. Pod pojmom »bolj novinarsko« delo intervjuvanci razumejo, kot smo zapisali že pri analizi prvega raziskovalnega vprašanja, delo na terenu in poročanje originalnih, avtorskih zgodb oziroma ekskluziv.

Ne glede na to, da se strinjajo, da bi morala biti objava informacije na prvem mestu, saj je uporabnikom konec koncev vseeno, preko katerega medija jo dobijo, spletni novinarji kljub temu razumejo televizijske, ko ti svoje informacije nočejo objaviti na spletu, preden je ne objavijo v oddaji. Zato takšne informacije večkrat tudi skrivajo pred spletnim delom uredništva, in to celo na uredniških sestankih, kjer naj bi se dogovarjali o sodelovanju in usklajevali teme.

*Tudi takrat, ko imaš nekaj, moraš to odstopiti televizijskemu kolegu, medtem ko obratno ne deluje. Obratno oni raje počakajo, da je njihova oddaja, da ljudje preklopijo ... Saj to je normalno. Medtem pa mi, ko nekaj izvemo ... Saj tudi če damo takoj na splet, tudi oni opazijo in jim moramo dati informacije. Saj to je normalno, da znotraj [znotraj medijske hiše] ne skrivaš, čeprav mislim, da je veliko skrivanja, z njihove strani več kot z naše, in v tem se tudi kaže to, da smo podrejeni (Intervjuvanec E).*

Ko smo spraševali, zakaj se to dogaja, zakaj televizijski novinarji nočejo objaviti pomembne informacije vsaj delno prej na spletu, se je eden od odgovorov glasil: »On bo naredil svoj prispevek za televizijo, slišati bo njegov glas in pobral bo svojo slavo, 'fame and glory'. Če bo pa pri nas (na spletu, op. a.) objavil, pa tudi če bo podpisan s polnim imenom in priimkom, še vedno ne bo to on. To je čisti ego trip« (Intervjuvanec I).

Skoraj vsi, s katerimi smo se pogovarjali o tem, so pripovedovali o nedavnem dogodku, ko se je zgodilo, da so v spletnem uredništvu prvi dobili neko informacijo o nepravilnostih v Prekmurju, a te niso takoj posredovali televizijski ekipi. Več novinark in novinarjev mi je pojasnilo, da je bilo najpomembneje objaviti novico čim prej.

*In je bil takoj problem, so začeli klicati šefi (uredniki informativnega programa Pop TV, op. a.), da kaj se gremo. Ampak po drugi strani je bila zadeva ob 15h objavljena, z dodanimi dokumenti, s sogovorniki, kolegica je naredila res dobro zgodbo. In potem, zakaj nam niste povedali. Saj je bilo na internetu! Štiri ure pred vašo oddajo. Lahko bi*



*naredili nekaj na kratko, pa 'tizali' na naš članek. Ampak problem je pri njih, da imajo še vedno tisti odnos, kdo ste sploh vi ... (Intervjuvanec H).*

To spet kaže tudi na problematičen odnos nadrejenih. »Če se oni (televizijci, op. a.) na primer pritožijo, ni odziv tak, v smislu, kaj si pa mislijo, da so, ampak tak, da se tebi zdi, da si tam neki mali nepomembnež ...« (prav tam). Ena od spletnih novinark je poudarila, da je takšna pač politika medijskih hiš: »Mislim, da sama politika medijskih hiš deluje na takšen način, v smislu 'pumpanja' televizijskih novinarjev, naj dobro zglejajo, si ustvarijo ime, plačujejo njihovo ime, ženski zagotovijo porodniški dopust in vse, samo da se vrne. Spletni novinarji nimamo nič, ker se je enostavno zgradila takšna politika, da nisi 'nitko i ništa', mi pa to sprejemamo« (Intervjuvanec F).

Vsi, ki sem jih spraševala po tem, ali je odjemalcem oziroma uporabnikom sploh mar, kje dobijo določeno informacijo in kdo jim jo ponudi, so bili vsi mnenja, da jim to nič ne pomeni, da (opazna) hierarhija obstaja samo znotraj novinarske skupnosti. »(...) na televizijo ne bi šel, ampak to zaradi tega, ker je drugačno delo. Kvečjemu te mika to, da si bolj gledan, če delaš tam. Pa še to ... Vprašanje, če si. Mogoče samo med novinarskimi kolegi. Ne vem. Ne vem« (Intervjuvanec I). Druga novinarka je podobno povzela tisto prepričanje, ki se razteza tudi čez meje novinarske skupnosti, gotovo pa igra vlogo tudi pri tem, da se spletni novinarji v odnosu do televizijskih počutijo tako, kot se:

*Vsi bi radi bili Woodward, čeprav živ bog ne ve, kdo to je. Naj se začnejo vsi normalno obnašati, ne pa ukvarjati s tem, kdo je bolj pomemben kot nekdo drugi. Čeprav je pa res, da v Sloveniji obstaja nek ta kolektivni 'drajv', da če si novinar, moraš biti prepoznaven. Ljudje večinoma še vedno dobivajo informacije preko TV dnevnika oziroma pač poročil in si predstavljajo, da je to to, da biti novinar tako zgloda. In dokler te ne vidijo, da tiščiš mikrofona premierju globoko v grlo, nisi naredil nič (Intervjuvanec A).*

Če smo v prvem delu preučevali pravzaprav osnovo, na kateri bi se lahko razvila stigma, pa dejanske občutke stigmatiziranosti lahko preučujemo šele v konkretni situaciji združenega uredništva, ki si ga spletni novinarji delijo s televizijskimi. Ta situacija namreč omogoča interakcijo med potencialno dominantno in marginalizirano skupino, kar je pogoj za nastanek stigme.

Zanimalo nas je torej, kako bližina televizijskih novinarjev igra vlogo pri oblikovanju identitete spletnih novinarjev, ki delajo v tradicionalno televizijski medijski hiši. Skozi intervjuje se je izkazalo, da se spletni novinarji 24ur.com počutijo kot marginalizirana skupina v primerjavi s televizijskimi novinarji oddaje 24UR, in sicer zaradi odnosa televizijskih novinarjev, zaradi različnega odnosa nadrejenih, zaradi drugačnega načina dela, nižje plače in drugih pravic oziroma odsotnosti le-teh in zaradi nižjega statusa v novinarski skupnosti. Osnova za takšno (samo)percepcijo je ugotovitev, do katere smo prišli v prvem delu analize: da so spletni novinarji 24ur.com del interpretativne skupnosti novinarjev (Zelizer 1993), kar pomeni, da se zavedajo (dominantnega) diskurza in s tem povezanih norm ter vrednot, zato kot spletni novinarji, ki se soočajo z nerazumevanjem in podcenjujočimi odnosi, in to ne samo v okviru novinarske skupnosti, razumejo tudi, zakaj so odrinjeni na margino oziroma potisnjeni nižje na hierarhični lestvici med novinarji. Z drugimi besedami, gre za neskladje med pričakovanji, ki jih socialno okolje goji do posameznika iz določene socialne kategorije, in lastnostmi, ki jih pri njem dejansko opaža (Mencin Čeplak 2008), oziroma še bolj za to, da se posameznik tega neskladja zaveda.

Nekaj intervjuvancev je priznalo, da se v združenem uredništvu ne počutijo tako dobro, kot so se v ločenem prostoru, oziroma da so se na nove razmere precej težko privadili. Goffman (2008) takšne občutke pojasnjuje s trditvijo, da bližina dominante skupine še dodatno potencira negativne občutke stigmatiziranosti med pripadniki marginalizirane skupine, zaradi česar se slednji pogosto izogibajo neposrednih interakcij s prvimi.

Dokaz, da se v združenem uredništvu ali, še natančneje, med spletnimi novinarji dogaja tudi to, so njihove izjave, da jim je do televizijskih novinarjev »zoprno« pristopati, da do njih pristopajo z občutkom slabe vesti, ker jih motijo pri delu, in da do nekaterih zaradi slabih izkušenj raje sploh ne pristopajo. Osnovni razlog za to je splošno prepričanje, ki so ga izrazili vsi intervjuvanci na takšen ali drugačen način, da med spletnimi in televizijskimi novinarji ne vlada enakopraven odnos, ampak gre za manj spoštljiv in podcenjujoč, mestoma celo ponižujoč odnos s strani televizijskih in veliko bolj spoštljiv odnos, celo strahospoštovanje s strani spletnih novinarjev. Zaradi tega (oziroma zaradi takšne percepcije razmerij moči) spletni novinarji v sicer že tako redke interakcije s televizijskimi novinarji pogosto stopajo z določeno mero nesamozavesti in nezaupanja vase, kar vodi v neskončen krog nazadovanja, kot pravi Goffman (2008).

Obstajajo tudi izjeme: dva intervjuvanca sta dejala, da z veseljem sodelujeta s televizijskimi novinarji, vendar pa sta tudi onadva priznala, da to ni vedno brez težav (» (...) sem tudi sama osorna in ne pustim, da bi se do mene obnašali kot do nekoga, ki nekaj manj ve oziroma zna (...)« (Intervjuvanec A.)), oziroma da televizijski novinarji včasih nočejo sodelovati, in še več, če hočejo, je to včasih pravo presenečenje (»Sem po drugi strani kar malo presenečen, da pridejo k meni po vprašanje, nasvet ...« (Intervjuvanec I.)). Res pa je tudi, da tisti, ki veliko sodelujejo s televizijskimi novinarji, sebe manj dojemajo v okviru kategorij stigme. Ob tem se sicer postavlja vprašanje, ali je to posledica povečanega sodelovanja ali pravzaprav pogoj za to, da sploh pride do pogostejših interakcij.

Goffman (2008) še piše, da obstajajo tri osnove strategije identitetne politike stigmatiziranih: sprejem ali zavračanje stigme in refleksija le-te. Za večino vprašanih lahko rečemo, da velja zadnja strategija, saj iščejo razloge zanjo in so kritični do tega, razmišljajo o tem, kako bi jo lahko presegli, večinoma pa se zavedajo tudi tega, da ne gre za nek njihov atribut ali njegovo odsotnost, ampak za odnose znotraj novinarske skupnosti in, konkretnije, odnose znotraj združenega uredništva. Ena od intervjuvank je vendarle izjema: med intervjujem je vztrajno ponavljala, da so odnosi enakopravni in da je tudi politika hiše enako naklonjena obema skupinama novinarjev (Intervjuvanec G), kar bi lahko v luči vseh nasprotujočih mnenj pomenilo, da stigmo zavrača, da se je sploh ne zaveda ali pa da preprosto ni bila iskrena.

### **6.3 Kako spletni novinarji 24ur.com razumejo svojo funkcijo?**

Glede na to da je novinarstvo dejavnost, usmerjena v delovanje za javni interes in za dobro javnosti, nas je zanimalo še, kako spletni novinarji 24ur.com dojemajo svojo funkcijo, predvsem v odnosu do po njihovem mnenju idealnega novinarstva. Kot del interpretativne skupnosti (Zelizer 1993) si namreč delijo predstavo o tem, kakšno naj bi bilo »pravo« novinarsko delo, kaj naj bi bilo »pravo« novinarstvo in kakšno funkcijo naj bi novinarstvo opravljalo. Zanimalo nas je torej, kje se pojavljajo razhajanja med temi idealiziranimi predstavami o novinarstvu ter novinarskih normah in vrednotah in njihovo percepcijo realnosti.

Največji poudarek v spletnem novinarstvu in pri delu spletnih novinarjev je hitrost, so se strinjali vsi intervjuvani. Poudarek je na tem, da je informacija čim prej objavljena, ne pa na tem, kako bo zgodba pripravljena. »Internet je takšen medij, da moraš takoj vse objaviti, pomembno je, da si hiter, ni toliko važno, kako kvalitetna je informacija, kot to, ali jo imaš in

da jo objaviš,« je povedala ena od spletnih novinark (Intervjuvanec E). Zaradi te »takojšnosti«, ki zaznamuje spletno novinarstvo, morajo spletni novinarji svoj delavnik presedeti za računalnikom in ves čas preverjati dogajanje na drugih domačih in tujih spletnih straneh, zato včasih ne utegnejo niti na eno pavzo, do katere so sicer upravičeni. To pa pomeni tudi takšno organizacijo dela, da gre redko kateri novinar v svojem službenem času na teren, kar sicer spletni novinarji 24ur.com, kot smo že ugotovili, percipirajo kot tisto »pravo« novinarsko delo. Iz istega razloga tudi ni možnosti, da bi se spletni novinarji usmerili v spremljanje določenih področij ali da bi se v katero od tem temeljito poglobili. »Spletno novinarstvo spremlja hitrost in površnost,« je med intervjujem povedal eden od sogovornikov (Intervjuvanec C). Tudi sicer se intervjuvanci strinjajo, da je kakovost objavljenega v primerjavi z drugimi mediji zaradi hitrosti objavljanja včasih vprašljiva. » (...) bolj (je) pomembno, da smo prvi, pa tudi če je le en stavek v novici, tudi če ni preverjena zadeva,« je povedala novinarka, ki je zatrdila, da skušajo vse, kar objavijo, »vsaj malo preveriti«, da pa kvaliteta zagotovo trpi na račun hitrosti (Intervjuvanec B). Prav tako včasih ne uspejo predstaviti vseh vpletenih strani, najsi bo zaradi pomanjkanja časa, zaradi neodzivnosti političnih ali drugih akterjev v zgodbi ali pa zaradi nezainteresiranosti nadrejenih, ki se jim ne zdi potrebno širiti zgodbe. Na vprašanje, kako je z objektivnostjo, uravnoteženostjo in zastopanostjo mnenj, je eden od vprašanih odgovoril: »Ja, tukaj je vse mogoče. Skušaš, se trudiš, si želiš. Ali prideš do tega? Ne, ne prideš. Redko« (Intervjuvanec C).

Takšna organizacija dela predstavlja za spletne novinarje stres in frustracije, ker morajo po eni strani spremljati in obvladati preveč področij in preveč delovnih rutin, po drugi pa se jim zdi, da so ujeti v kalup, iz katerega ne morejo izstopiti in se razviti. »Na spletu ti nimaš svojih tem, ampak je odvisno od dneva, kdaj delaš, od tega, kakšne novice te doletijo,« je povedala novinarka in dejala, da so spletni novinarji bolj nekakšni zbiralci novic kot pa pravi raziskovalni novinarji (Intervjuvanec E). »Opazila sem, da mi je vseč takrat, ko se veliko dogaja, na primer, malo bizarno, takrat ko so poplave. Takrat uživam, ker delamo kot vsi ostali novinarji, imamo svoje vire, svojo zgodbo vzpostavljaš, od nikjer ne prepisuješ. So pa tudi dnevi, ko ... Ne samo da kopipejstaš, včasih nič ne moreš najti, da bi sploh kopipejstal. In to je mukotržno (...)« (prav tam). Novice namreč morajo biti, morajo se konstantno objavljati. Kot je povedala druga novinarka 24ur.com, so pred časom dobili »dekret, da moramo objavljati čim več novic. Kar pomeni, da se je odprlo ogromno, ogromno nekih zgodb, ki se ves čas dogajajo, ki niso pretirano zanimive, ampak če zgodbo odpreš, jo moraš tudi nadaljevati, kot se odvija. Kar pomeni, da imamo zelo veliko nekega balasta, ki ga je pač

treba pokriti. To pa potem pomeni, da nekdo, ki bi rad delal na svoji zgodbi, ne more« (Intervjuvanec H). Po mnenju ene od intervjuvank vodstvo medijske hiše nima interesa, da bi iskalo boljše načine ustvarjanja vsebin, ampak je zadovoljno s preverjenim modelom. »Tisto, kar se prodaja, super, tisto, kar se ne, delaj v prostem času ali ko imaš pač čas,« je še dejala in dodala, da se ne išče nobene presežne vrednosti (Intervjuvanec F).

Večina vprašanih se sicer strinja, da je prav poznavanje določenega področja in usmerjenost v poročanje zgodb z enega področja ter poznavanje akterjev ena od najpomembnejših zagotovil dobrega in kakovostnega novinarstva, pa tudi zadovoljstva novinarjev. »Ker zdaj se velikokrat zgodi, da kličeš naokrog z najbolj neumnimi vprašanji, ki jih od tebe zahteva na primer redaktor,« je povedala ena od novinark, ki pa ni bila edina, ki se je pritoževala nad tem (prav tam).

Ena od frustracij, ki so jih omenili novinarji 24ur.com, je tudi poročanje o (po njihovi oceni) irelevantnih zgodbah, o katerih pa kljub temu poročajo, in sicer iz več razlogov: ker so jim zgodbo oziroma problem posredovali bralci, te pa pritegujejo prav s tem, da jim dajejo občutek sodelovanja pri ustvarjanju vsebin, »ratingi« oziroma zgodbe, za katere predvidevajo, da bodo »ratinge« zvišale, zgodbe, ki so se na neki točki odprle in jih je zato potrebno še naprej redno spremljati in zgodbe, ki se šele po objavi izkažejo za irelevantne. Kaj to pomeni? Novinarji, ki smo jih intervjuvali, so se večinoma strinjali, da je osnovna lastnost dobrega novinarja zdrav dvom do vsega, kar vidiš, slišiš ali prebereš, da pa je narava njihovega dela takšna, da za ta dvom preprosto ni časa, oziroma vsaj ne pred objavo informacije, ampak šele potem, tekom dneva. »Splet tega ne dopušča. Ampak internet je v osnovi tak medij, da ti danes nekaj napišeš, kar je nekdo rekel, pa to sploh ni res. Ampak boš jutri povedal, da ni res,« je povedal eden od novinarjev, ki je še dodal, da se je stanje na 24ur.com vendarle malo popravilo v zadnjem času in pred objavo »vsaj malo preverimo« (Intervjuvanec I).

Ena od zelo pomembnih in hkrati vprašljivih praks na 24ur.com je ta, da novinarji članke lahko neomejeno popravljajo, spreminjajo, tudi umaknejo, in to brez obvestil ali opozoril bralcem. Tako novinarji velikokrat kar objavijo informacijo, nato pa jo šele tekom dneva temeljito preverijo, dodajajo stvari, jih spreminjajo in podobno.

Tudi to je verjetno eden od razlogov, da se pojavlja prepričanje, da je odgovornost spletnega novinarja na 24ur.com manjša v primerjavi z, denimo, televizijskim novinarjem 24UR. Ena od spletnih novinark, ki meni, da odgovornost je manjša, je dejala: »Nekdo, ki bo imel prvi prispevek v osrednji informativni oddaji najuspešnejše komercialne televizije v državi, bo

imel tri tisoč evrov plače. Ampak ko bo ona ali on naredil napako, bo to njega stalo veliko. Medtem pa se spletni novinarji še vedno lahko skrivajo za inicialkami, prevodi, sklicevanji« (Intervjuvanec A). A odgovornost je na spletu ravno tako velika, še posebej, ker ni nobenega nadzora nad objavljenim, je prepričana druga novinarka, ki pa še meni, da se spletni novinarji te odgovornosti ne zavedajo. »Potem imaš takšne kikse, da lahko nastane problem. Ker preveč neresno jemljejo stvari. Če imaš ime in obraz, vseeno bolj paziš. Definitivno dostikrat vidim, da se nekateri skrivajo za inicialkami. Ker če pogledaš tuje spletne strani, so tam imena,« je dejala ena od intervjuvank (Intervjuvanec F).

Eden od novinarjev je izpostavil, da spletno novinarstvo, takšno kot je zdaj, zahteva tako novinarje, ki so razgledani, kot tudi takšne, ki vedo malo manj, a so sposobni hitro delati. To je povezal s tem, da na spletu pravzaprav obstajata dve vrsti novinarstva: »Eno je biti 'štopač', ko pač tipkaš novice eno za drugo (...). Imeti pa moraš tudi nekoga, ki bo delal bolj poglobljene zadeve, ki se bo ukvarjal z zgodbo tudi ves dan. Če ne ponudiš obojega, si pogorel, ker te bo konkurenca povozila« (Intervjuvanec C). Trenutno pa slednje, torej poglobljene zgodbe z dodano vrednostjo, lahko ponudiš samo, če imaš zaledje drugega medija, kot je časopis ali televizija, se strinjajo spletni novinarji 24ur.com. Kaj je rešitev? Ponudili sta se dve: racionalizacija spletne redakcije in povečanje aktivnosti televizijskih novinarjev, ki bi svoj prispevek pripravili še za objavo na spletu, ali pa uvajanje servisa, ki bi generiral novice s tiskovne agencije, kar bi spletnim novinarjem omogočilo »bolj novinarsko« delo.

Funkcija in smer razvoja spletnega novinarstva (ali vsaj spletnega novinarstva na 24ur.com) vsekakor nista prav jasno določena, vsaj ne glede na odgovore, ki smo jih dobili. Prevladujoče mnenje je to, da gre za hitro, momentalno, vestičarko novinarstvo, ki predvsem obvešča ljudi ali, z besedami ene od novinark, namesto da išče resnico, postavlja vse informacije na mizo. »V spletnem novinarstvu ti ne moreš se izogniti na primer vprašanjem v naslovih ali pa izpostavljanju vprašanj v zgodbi in domnevam. Ti moraš v čim krajšem času čim več različnih vidikov zgodbe pokriti« (Intervjuvanec A). Po njenem mnenju so se mediji začeli ločevati glede načinov in tipov poročanja: spletni so tisti, ki zberejo in objavijo informacije, tradicionalni množični mediji pa iščejo povezave, analizirajo in zagotavljajo neko dodano vrednost. Vendar pa gre pokrivanje čim več vidikov zgodbe lahko hitro v drugo skrajnost. Druga novinarka tako meni, da so spletni novinarji PR agencija, saj vsi akterji pričakujejo, da bodo videli svoje sporočilo za javnost skoraj dobesedno objavljeno. »Tako smo šli daleč z objektivnostjo in nepristranskostjo, da je že boleče in dolgočasno,« je bila kritična

(Intervjuvanec F). Tudi med spletnimi novinarji sicer velja prepričanje, da če eno mnenje objaviš, je treba tudi vsa druga.

Pri spletnem novinarstvu gre vsekakor za velik potencial, ki pa ostaja neizkoriščen, so se strinjali intervjuvanci, ki so večinoma tudi mnenja, da so bo »nekaj moralo spremeniti« (glej Priloga A). Ena od intervjuvank je tako dejala: »Spletno novinarstvo ima toliko prednosti zaradi medija, ki je takšen kot je, ki jih ne izkorišča. Gre samo za zapolnjevanje prostora, samo za to, da nekaj je, ne pa da bi bila to neka dodana vsebina« (Intervjuvanec E). Podobno meni njena sodelavka, ki se ji zdi, da vizije o tem, kaj naj bi spletno novinarstvo bilo in kam naj bi se razvijalo, preprosto ni. »Ni smernic, ni niti splošnih smernic, kaj šele smernic, po katerih ti spletnega novinarja pustiš, da se razvije, da preraste ta okvir. Tako da mislim, da (...) nismo (niti še) na začetku, mi nismo sploh še začeli razvijati spletnega novinarstva« (Intervjuvanec F).

Med intervjuvanci sicer vlada prepričanje, da spletno novinarstvo uporabnikom prinaša veliko dobrega, saj dobivajo informacije hitro in tako rekoč na vsakem koraku. Vendar pa se pojavljajo tudi mnenja, da spletno novinarstvo prinaša slabe trende v novinarstvo, in sicer predvsem glede uredniške politike (oziroma pomanjkanja le-te) in glede načel poročanja. Več intervjuvancev je tako izpostavilo, da je pri objavljanju novic poudarek predvsem na tem, kaj ljudje hočejo brati, zaradi česar se objavljajo tudi manj relevantne zgodbe, kar smo že ugotovili na prejšnjih straneh. Kar pa se zdi posebej zaskrbljujoče, je dejstvo, da po mnenju nekaterih spletno novinarstvo ta trend vsiljuje tudi drugim vrstam novinarstva. »Začelo se je dogajati, da se manj relevantne teme pokrivajo samo zato, da se pokrivajo. In enako se dogaja drugim medijem, da morajo štartati na neke teme, ki so manj relevantne, zgolj zato, da so 'v igri',« je povedal eden od intervjuvancev (Intervjuvanec C). Izpostavil je tudi problem, da se način dela novinarjev na sploh približuje načinu dela spletnih novinarjev, kar pomeni, da je več površnosti, instantnosti, da se nihče več ne pogloblja v stvari.

Za ugotavljanje identitete novinarstva in s tem njegove funkcije je nujno razlikovati med novinarskimi in nenovinarskimi vsebinami ter med novinarji, njihovimi občinstvi in drugimi akterji, ki nastopajo kot javni komunikatorji (Poler Kovačič 2004; Deuze 2007). Vendar pa se je skozi intervjuje s spletnimi novinarji 24ur.com izkazalo, da to razlikovanje ni povsem samoumevno. Ugotovili smo, da novinarji po eni strani zaradi časovnega pritiska, po drugi strani pa zaradi zahtev po nekritičnem, uniformnem ter pretirano objektivnem in uravnoteženem poročanju velikokrat objavijo sporočila za javnost v skorajda nespremenjeni

obliki. Hkrati se nekoliko briše tudi meja med novinarji in člani njihovih občinstev, saj morajo spletni novinarji velikokrat objavljati po njihovem mnenju irelevantne zgodbe, ki jih pošiljajo uporabniki.

Skozi oči spletnih novinarjev 24ur.com je vprašljivo tudi uresničevanje novinarskih norm in kodeksov, ki prav tako kažejo na identiteto novinarstva (Poler Kovačič 2004). Vsi so poudarili, da so hitrosti podrejena praktično vsa načela dobrega novinarstva: preverjanje informacij, zastopanost mnenj, zdrav dvom glede same objave, zaradi česar se večkrat zgodi, da objavijo zgodbe, ki se kasneje izkažejo za irelevantne, ter jezik in preiščljena forma upovedovanja. Spletno novinarstvo so označili kot hitro, momentalno, površno, instantno, manj poglobljeno, včasih nepremišljeno, nekritično in boleče objektivno, tudi manj kredibilno. Še posebej moramo izpostaviti prakso konstantnega popravljanja in spreminjanja člankov ter možnost umika le-teh, ki je problematična tako s pravnega kot etičnega vidika. Z njo se še bolj izgublja občutek odgovornosti spletnih novinarjev, ki je že tako okrnjen zaradi podpisovanja z inicialkami in »skrivanja« za sklicevanji, citati in navedki. Nekateri intervjuvani se zavedajo, da spletnim novinarjem manjka zavest o pomembnosti dela, ki ga opravljajo, ter o vplivu in odgovornosti, ki jo to delo prinaša. Spomnimo se novinarke, ki je ob vprašanju, ali se ji zdi, da opravlja pomembno delo, bruhnila v smeh. Pojasnila je, da se ji novinarstvo kot tako zdi zelo pomembno, da pa se njej ne zdi, da kot spletna novinarka na 24ur.com opravlja pomembno delo (Intervjuvanec Č). (Omeniti moramo sicer, da je to delno tudi zaradi uredniške politike 24ur.com, ki velik del prostora namenja tudi trivialnim vsebinam, in ne izključno zaradi narave spletnega novinarstva.)

Tisto »pravo novinarstvo« je po mnenju spletnih novinarjev 24ur.com v domeni tradicionalnih množičnih medijev, ki spletnemu novinarstvu dajejo dodano vrednost. Sami se namreč počutijo ujeti v kalup profila spletnega novinarja, ki jim ne ponuja možnosti »pravega«, terenskega novinarskega dela oziroma ga ponuja izven delovnega časa, kar je absurdno.

Zanimivo je, kot je bilo izpostavljeno v enem od intervjujev, da so v uredništvu dobili »dekret«, po katerem morajo objavljati čim več novic, s čimer pa se je pojavilo »veliko nekega balasta, ki ga je pač treba pokriti«. In ravno to je eden od razlogov, zakaj zmanjka časa za terensko delo, sicer najpomembnejšo obliko novinarskega dela po mnenju vseh intervjuvanih. To pomeni, da so objavljene novice velikokrat same sebi namen, ne pa posledica tehtnega premisleka, in da očitno služijo bolj marketinški strategiji kot pa



obveščanju in ozaveščanju javnosti. To pa pomeni tudi, da smisel takšnega novinarstva ostaja neopredeljen.

V okviru razprave o funkcijah spletnega novinarstva na 24ur.com bi lahko rekli, da gre za mediativno novinarstvo, torej za (čim hitrejše) objektivno posredovanje dejstev. A kot sta opozorili dve intervjuvanki, gre ta objektivnost včasih v skrajnosti, saj tako sami novinarji kot tudi politični akterji oziroma njihovi predstavniki za stike z javnostmi pričakujejo nekritično poročanje z minimalnimi posegi v sporočila za javnost. »Tako smo šli daleč s to objektivnostjo in nepristranskostjo, da je že boleče in dolgočasno,« je dejala ena in dodala, da prispevek, ki je zgolj nizanje mnenj in nima izpostavljenega nobenega stališča, nima nikakršnega smisla (Intervjuvanec F).

Spletni novinarji 24ur.com sicer niso prepričani, da spletno novinarstvo prinaša kar koli pozitivnega ali negativnega v novinarstvo na sploh, vendar pa se nam zdi na tej točki pomembno izpostaviti mnenje enega od intervjuvancev, ki je dejal, da »spletni novinarji diktirajo tempo novinarstva. Začelo se je dogajati, da se manj relevantne teme pokrivajo samo zato, da se pokrivajo. In enako se dogaja drugim medijem, da morajo štartati na neke teme, ki so manj relevantne, zgolj zato, da so 'v igri'« (Intervjuvanec C).

## 7 SKLEP

V nalogi smo skušali skozi prizmo Goffmanovega koncepta stigme ugotoviti, kako se oblikuje identiteta spletnih novinarjev 24ur.com, tako znotraj širše novinarske skupnosti, kot tudi znotraj tradicionalne televizijske hiše Pop TV, pri čemer nas je predvsem zanimalo, ali oziroma kakšno vlogo pri tem igrajo televizijski novinarji 24UR, s katerimi si spletni novinarji od jeseni 2010 delijo uredništvo. Raziskati smo želeli tudi, kako spletni novinarji 24ur.com razumejo svojo funkcijo, in sicer predvsem kar se tiče (ne)uresničevanja novinarskih norm in vrednot.

Izkazalo se je, da se spletni novinarji 24ur.com počutijo marginalizirane v odnosu do drugih novinarjev. Razlog za to je tako pomanjkanje spoštovanja, ki ga dobijo od drugih novinarjev, od nadrejenih in političnih akterjev oziroma njihovih predstavnikov, s katerimi so v pogostih stikih, kot tudi lastno prepričanje, da delajo »manj novinarsko« delo, celo manj pomembno, manj odgovorno in manj kredibilno.

Pomembno vlogo pri oblikovanju identitete spletnih novinarjev 24ur.com igra prisotnost televizijskih novinarjev informativne oddaje 24UR. Spletni novinarji so namreč prepričani, da jih televizijski kolegi ne razumejo, ne spoštujejo in ne obravnavajo kot enakovredne sodelavce. Nekateri so celo govorili o tem, da jih ignorirajo, podcenjujejo in ponižujejo. To pa zaznamuje tudi odnose spletnih novinarjev do televizijskih. Intervjuvanci so opisovali, da gre večinoma za nesorazmerno, a priori spoštovanje (ker pač delajo na osrednji televizijski informativni oddaji), strahospoštovanje, pa tudi prilizovanje. Spletni novinarji 24ur.com so zaradi takšnih odnosov manj samozavestni in manj zaupajo vase, očitno neurejeni odnosi pa prispevajo tudi k temu, da združeno uredništvo obstaja zgolj na načelni ravni.

Tudi uresničevanje novinarskih norm in vrednot, ki se jih sicer kot člani interpretativne skupnosti (Zelizer 1993) zavedajo, ostaja bolj kot ne na načelni ravni. Načela dobrega novinarstva so namreč podrejena hitrosti, pa tudi tržnim pritiskom. Izpostaviti moramo prakso konstantnega spreminjanja in celo možnosti umika članka brez obvestila ali opozorila bralcem, kar je sporno tako z etičnega kot tudi pravnega vidika. Zaradi tega, pa tudi zaradi »skrivanja« za citati, navajanja in sklicevanja, se med spletnimi novinarji 24ur.com izgublja občutek odgovornosti, česar se nekateri tudi zavedajo.

Vse to so zaskrbljujoče ugotovitve, saj je prav način, kako novinarji razumejo svoje delo in mu dajejo smisel, kazalec stanja novinarstva (Deuze 2009). Če se spletni novinarji ne počutijo kot pravi novinarji in če nimajo občutka, da opravljajo pravo novinarsko delo, kot smo ugotovili v raziskavi, to predstavlja izziv ne samo za novinarsko skupnost, ampak tudi za prihodnost novinarstva.

Zelizer (1993) sicer piše, da novinarji tvorijo interpretativno skupnost, ki jo med drugim povezuje skupna predstava o tem, kakšno funkcijo in kakšen status imajo novinarji v družbi. Vendar pa naše ugotovitve kažejo na to, da ta skupnost ni homogena. Tudi Russo (1998) je pisal, da novinarje sicer povezuje neka skupna ideologija, da pa se ločujejo na podlagi tega, kateremu mediju »pripadajo«. Naše ugotovitve dokazujejo še več: da znotraj novinarske skupnosti obstaja tudi hierarhija, pri čemer so spletni novinarji na dnu hierarhične razdelitve oziroma, kot smo že zapisali, niti ne dojeti kot novinarji. Znotraj tako razdvojenе novinarske skupnosti se bo, če bo hotela obstati in obdržati koherentno sliko novinarstva kot ideologije, zato morala zgoditi ena od možnosti, ki ju je omenjala že Singer (2003): novinarska skupnost se bo morala redefinirati v skladu z novonastalimi pogoji, kjer spletni novinarji zavzemajo veliko in pomembno vlogo, ali pa se bo morala razcepiti.

Takšna razhajanja znotraj novinarske skupnosti odpirajo vprašanja o tem, kaj definira novinarstvo in novinarje. Intervjuvanci so ugotavljali, da v njihovem primeru to zagotovo ni način dela, za katerega so dejali, da včasih spominja na delavce v tovarni, pa tudi ne sledenje novinarskim normam, ki so velikokrat podrejene hitrosti in marketinškim zahtevam. Ostaja sicer dejstvo, da informirajo in podajajo zgodbe (in to *je* »novinarsko«), a spet se v okviru izjav, da velikokrat pokrivajo irelevantne teme, postavlja vprašanje, komu so pri tem primarno odgovorni in, še pomembneje, kakšen smisel, če sploh kakšen, pripisujejo takšnemu delu. Neopredeljenost smisla novinarstva namreč kaže na neprepoznavnost identitete, s čimer se zamegli tudi bistvo in sam smisel obstoja takšnega novinarstva (po Poler Kovačič 2004). V pogojih, ko ni jasno, kaj je torej smisel novinarstva, kaj je njegova funkcija in komu je odgovorno, pa se lahko pojavi kriza identitete spletnih novinarjev in tudi novinarstva.

Opozoriti moramo, da izsledkov raziskave ne moremo posplošiti na spletne novinarje na sploh, ampak lahko govorimo samo o novinarjih 24ur.com, posledično pa tudi o novinarstvu ter morebitni krizi identitete novinarstva in novinarjev samo znotraj tega okvira.

Kljub temu pa je delo dober nastavek za nadaljnje raziskovanje identitete spletnih novinarjev in v povezavi s tem tudi stanja spletnega novinarstva. Možnosti je veliko. V naši raziskavi

smo tako zajeli samo percepcije spletnih novinarjev, kar je sicer za preučevanje identitete s pomočjo Goffmanovega koncepta stigme dovolj. Vendar pa bi bilo za ugotavljanje dejanskega stanja znotraj novinarske skupnosti, torej za ugotavljanje morebitnega obstoja hierarhije, v kateri so spletni novinarji in spletno novinarstvo na najnižji stopnji, potrebno ugotoviti še veliko več. Morali bi najprej raziskati, ali se tudi drugi spletni novinarji (z drugih spletnih medijev) počutijo podobno stigmatizirani, nato pa bi morali preveriti še percepcije novinarjev ne-spletnih medijev.

Za razumevanje širše slike stanja novinarstva bi bilo prav tako potrebno ugotoviti, ali se kriza identitete pojavlja tudi pri novinarjih katerega drugega medija, najsi bo zaradi sprememb v načinu dela, najsi bo zaradi političnih in ekonomskih pritiskov ali pa zaradi sprememb občinstev. Že na začetku naloge smo namreč ugotavljali, da dimenzije krize novinarstva niso omejene le na spletno novinarstvo. Tudi kar se tiče naše raziskave, se moramo zavedati, da dejstvo, da smo intervjuvali novinarje najuspešnejšega komercialnega medija v državi, ki so še posebej podvrženi tržnim in marketinškim pritiskom, gotovo prispeva k njihovim občutkom odstopanja od ideala novinarja/novinarstva.

Za zaključek omenimo še to, da je identiteta spletnih novinarjev skozi prizmo stigme gotovo koncept z omejenim rokom trajanja, saj gre za nestabilno stanje. Tako identiteta spletnih novinarjev kot identiteta (s tem pa tudi funkcija in smisel) spletnega novinarstva se bosta morala prej ali slej formirati in konsolidirati. To pomeni, da bodo spletni novinarji zavzeli pozicijo znotraj širše novinarske skupnosti ali pa neodvisno od nje, v vsakem primeru pa v svetu, kjer ljudje zahtevajo vedno sveže informacije in neomejen dostop do njih, ne bodo izginili, ampak kvečjemu postali še pomembnejši.

Pričujoče diplomsko delo je tako izhodišče za številne možnosti nadaljnjega raziskovanja in predstavlja le majhen kamenček v mozaiku razumevanja poti razvoja novinarstva. Gotovo pa preučevanje skozi prizmo Goffmanovega koncepta stigme prinaša nov način raziskovanja identitete spletnih novinarjev.

## 8 LITERATURA

1. Aldridge, Meryl in Julia Evetts. 2003. Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. *The British Journal of Sociology* 54 (4): 547–564.
2. Allan, Stuart. 2005. *News Culture*. Maidenhead, New York: Open University Press.
3. --- in Einar Thorsen, ur. 2009. *Citizen journalism: Global perspectives*. New York: Peter Lang Publishing.
4. Anderson, Christopher. 2008. Journalism: Expertise, Authority and Power in democratic Life. V *The Media and Social Theory*, ur. David Hesmondhalgh in Jason Toynbee, 248–264. Oxon, New York: Routledge.
5. Bagdikian, Ben H. 2004. *The new media monopoly*. Boston: Beacon Press.
6. Bardoel, Jo. in Mark Deuze. 2001. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2): 91–103.
7. Berkowitz, Dan. 2009. Journalism in the broader cultural mediascape. *Journalism* 10 (3): 290–292.
8. Branaman, Ann. 1997. Goffman's Social Theory by Ann Branaman. V *The Goffman Reader*, ur. Charles Lemert in Ann Branaman, xlv-lxxxii. Malden, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
9. Bryman, Alan. 2001. *Social research methods*. Oxford, New York: Oxford University Press.
10. Burns, Tom. 1992. *Erving Goffman*. London, New York: Routledge.

11. Carr-Saunders, Alexander Morris in P. A. Wilson 1933/2008. *Journalists*. V *Journalism: critical concepts in media and cultural studies*, 3, ur. Howard Tumber, 3–7. London, New York: Routledge.
12. Campbell, Vincent. 2004. *Information age journalism: journalism in an international context*. London: Arnold.
13. Central European Media Enterprises. 2011. *Pop TV*. Dostopno prek: <http://www.cetv-net.com/en/tv-stations/pop-tv.shtml> (20. april 2011).
14. Corbetta, Piergiorgio. 2003. *Social Research. Theory, Methods and Techniques*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
15. Dahlgren, Peter in Colin Sparks. 1992. *Journalism and Popular Culture*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
16. Dahlgren, Peter. 1996. Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics. *Javnost/The Public* 3 (3): 59–72.
17. --- 2009. *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
18. Della Porta, Donatella in Michael Keating. 2008. *Approaches and methodologies in the social sciences: a pluralist perspective*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
19. Deuze, Mark. 1999. Journalism and the Web. An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. *International Communication Gazette* 61 (5): 373–390.
20. --- 2003. The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society* 5 (2): 203–230.
21. --- 2004. What is multimedia journalism? *Journalism Studies* 5 (2): 139–152.
22. --- 2005. What is journalism: professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4): 442–464.

23. --- 2007. *Media Work. Digital Media and Society*. Cambridge, Malden: Polity.
24. --- 2008. Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5 (2). Dostopno prek: [http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Mark\\_Deuze.pdf](http://www.wmin.ac.uk/mad/pdf/WPCC-Vol5-No2-Mark_Deuze.pdf), (8. marec 2011).
25. --- 2009. The future of citizen journalism. V *Citizen journalism: Global perspectives*, ur. Stuart Allan in Einar Thorsen, 255–264. New York: Peter Lang Publishing.
26. Domingo, David. 2006. Material and organizational constraints in the development of online journalism. Dostopno prek: [http://webs.racocatala.cat/dutopia/docs/domingo\\_delphi2006.pdf](http://webs.racocatala.cat/dutopia/docs/domingo_delphi2006.pdf) (24. maj 2011).
27. Donsbach, Wolfgang. 2010. Journalists and Their Professional Identities. V *The Routledge Companion to News and Journalism*, ur. Stuart Allan, 38–48. London, New York: Routledge.
28. Erjavec, Karmen. 1998. *Koraki do kakovostnega novinarskega prispevka*. Ljubljana: Jutro.
29. Fuller, Jack. 2010. *What is happening to News: the information explosion and the crisis in journalism*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
30. Gillmore, Dan. 2004. *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O’Rilley Media.
31. Gitlin, Todd. 2009. A Surfeit of Crises: Circulation, Revenue, Attention, Authority, and Deference. Dostopno prek: <http://www.westminsternews.com/wordpress/?p=1951> (29. april 2011).
32. Goffman, Erving. 2008. *Stigma: zapiski o upravljanju poškodovane identitete*. Maribor: Aristej.

33. Gunter, Barrie. 2003. *News and the Net*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.
34. Hachten, William A. 2005. *The troubles of Journalism. A Critical Look at What's Right and Wrong with the Press*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.
35. Hardt, Hanno. 1996: The end of journalism: Media and newwork in the United States. *Javnost/The Public* 3 (3): 21–41.
36. --- 2000. The End of Journalism. Media and Newwork in the United States. *Javnost/The Public* 3 (3): 21–41.
37. Hennigham, John. 1979/2008. Journalists and professionalisation. V *Journalism: critical concepts in media and cultural studies, volume 3*, ur. Howard Tumber, 46–52. London, New York: Routledge.
38. Hirst, Martin. 2011. *News 2.0. Can Journalism Survive Internet?* Crows Nest: Allen & Unwin.
39. *Internet World Stats. Usage and Population Statistics*. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (28. april 2011).
40. Janowitz, Morris. 1975/2008. Professional models in journalism: the gatekeeper and the advocate. V *Journalism: critical concepts in media and cultural studies, volume 2*, ur. Howard Tumber, 45–56. London, New York: Routledge.
41. Jenkins, Richard. 1996. *Social identity*. London, New York: Routledge.
42. Jenkins, Henry. 2004. The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies* 7 (1): 33–43.
43. --- 2006. *Convergence culture : where old and new media collide*. New York, London: New York University Press.
44. Jones, Alex S. 2009. *Losing the News*. New York: Oxford University Press.



45. Jontes, Dejan. 2010a. *Novinarstvo kot kultura: miti in vrednote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
46. --- 2010b. Nove tehnologije, spremenjena občinstva, stare vrednote. *Teorija in praksa* 47 (1): 78–94.
47. Klinenberg, Eric. 2005. Convergence: News Production in a Digital Age. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 597 (1): 48–64.
48. Kluckhohn, Clyde in Henry A. Murray. 1948. Personality in nature, society and culture. New York: Knopf.
49. Kratochwil, Friedrich. 2008. Constructivism: what it is (not) and how it matters. V *Approaches and Methodologies in the Social Sciences. A Pluralist Perspective*, ur. Donatella della Porta in Michael Keating, 80–98. New York: Cambridge University Press.
50. Lemert, Charles. 1997. »Goffman« by Charles Lemert. V *The Goffman Reader*, ur. Charles Lemert in Ann Branaman, ix–xliii. Malden, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
51. Lowrey, Wilson in William Anderson. 2005. The Journalist Behind the Curtain. Participatory Functions on the Internet and their Impact on Perceptions of the Work of Journalism. *The Journal of Computer-Mediated Communication* 10 (4). Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/lowrey.html> (14. april 2011).
52. Maynard, Nancy. 2000. *Mega Media: How Market Forces are transforming News*. New York: Maynard Partners.
53. Matković, Mira. 2009. *VIDEO: 'Vedno je lahko bolje!'*. Dostopno prek: <http://24ur.com/vedno-je-lahko-bolje.html> (20. april 2011).
54. McChesney, Robert W. 2008. *The political economy of media: enduring issues, emerging dilemmas*. New York: Monthly Review.

55. McNair, Brian. 2005. What is Journalism? V *Making Journalist: Diverse Models, Global Issues*, ur. Hugo DeBurgh, 25–43. Oxon, New York: Routledge.
56. Mencin Čeplak, Metka. 2008. Stigmatizacija, identiteta politike in podreditvena razmerja. *Dialogi* 44 (10): 52–66.
57. Merrit, Davies. 1998. *Public journalism and public life : why telling the news is not enough*. Mahwah, London: L. Erlbaum.
58. Milosavljević, Marko in Igor Vobič. 2010. *Media Landscape: Slovenia*. European Journalism Centre, 5. 11. Dostopno prek: [http://www.ejc.net/media\\_landscape/article/slovenia/](http://www.ejc.net/media_landscape/article/slovenia/) (25. april 2011).
59. MOSS. Merjenje obiskanosti spletnih strani. 2011. *Rezultati MOSS Marec 2011*. Dostopno prek: [http://www.moss-soz.si/si/rezultati\\_moss/obdobje/default.html?period=201103](http://www.moss-soz.si/si/rezultati_moss/obdobje/default.html?period=201103) (25. april 2011).
60. Oblak Črnič, Tanja. 2007. Spletno novinarstvo skozi optiko novinarjev. *Družboslovne razprave* 23 (54): 43–64.
61. Oernebring, Henrik. 2010. Technology and journalism-as-labour: historical perspectives. *Journalism* 11 (1): 57–74.
62. Pavlik, John V. 2000. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies* 1 (2): 229–237.
63. --- 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
64. --- 2004. A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources. *Convergence* 10 (4): 21–29.
65. Poler Kovačič, Melita in Monika Kalin Golob, ur. 2004. *Poti slovenskega novinarstva - danes in jutri: znanstveni zbornik ob 40. obletnici študija novinarstva na Slovenskem*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

66. Poler Kovačič, Melita. 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
67. ---, Karmen Erjavec in Katarina Štular. 2010. Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions? *Medijska istraživanja* 16 (1): 113–130.
68. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2011. *Uvod v novinarstvo: učbenik za študente prvega letnika študijskega programa Novinarstvo na FDV*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. Project for Excellence in Journalism. 2009. *The state of the News Media 2009*. Dostopno prek: <http://stateofthemedias.org/2009/online-journalist-survey-intro/> (24. april 2011).
70. --- 2010. *The State of the News Media 2010*. Dostopno prek: <http://stateofthemedias.org/2010/special-reports-economic-attitudes/survey-of-news-executives/> (12. april 2011).
71. Rosen, Jay. 1999. *What are journalists for?* New Haven, London: Yale University Press.
72. Russo, Tracy Callaway. 1998. Organizational and Professional Identification: A Case of Newspaper Journalists. *Management Communication Quarterly* 12 (1): 72–111.
73. Silverman, David. 2001. *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
74. Sinclair, Stacey in Jeff Huntsinger. 2008. The Interpersonal Basis of Self-Stereotyping. V *Stigma and Group Inequality: Social Psychological Perspectives*, ur. Shana Levin in Colette van Laar, 235–259. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates.

75. Singer, Jane B. 1998. Online Journalists: Foundations for Research into their changing Roles. *The Journal of Computer-Mediated Communication* 4 (1). Dostopno prek <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue1/singer.html> (14. marec 2011).
76. --- 2003. Who are these Guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism. *Journalism* 4 (2): 139–163.
77. --- 2004. Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations. *Journalism Studies* 5 (1): 3–18.
78. Smith, Greg. 2006. *Erving Goffman*. London in New York: Routledge.
79. Splichal, Slavko in Colin Sparks. 1994. *Journalists for the 21st century: tendencies of professionalization among first-year students in 22 countries*. Norwood (New Jersey): Ablex.
80. Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. V *Vregov zbornik*, ur. Slavko Splichal, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede.
81. Stevens, Jane. 2002. *TBO.com: Then and Now*. The online Journalism Review. Dostopno prek: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017859157.php> (1. marec 2011).
82. Tunstall, Jeremy. 1973/2008. Journalism as an occupation. V *Journalism: critical concepts in media and cultural studies*, 3, ur. Howard Tumber, 29–45. London, New York: Routledge.
83. Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
84. --- 2008. Erving Goffman kot pretanjeni teoretik sociabilnosti: o prevpraševanju normalnosti. *Dialogi* 44 (10): 19–40.
85. Ursell, Gillian D.M. 2001. Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism. *Journalism* 2 (2): 175–196.

86. Usenik, Janez. 2009. *10 let 24ur.com: Zmoremo marsikaj!*. Dostopno prek: <http://24ur.com/10let/10-let-24ur-com-zmoremo-marsikaj.html> (20. april 2011).
87. Vobič, Igor. 2009a. Normativne vrste novinarstva in poročanje o politiki skozi optiko slovenskih novinarjev, politikov in državljanov. *Javnost/The Public* 16 (Supl.): S21–S40.
88. --- 2009b. Newsroom convergence in Slovenia: newswork environments of the media organizations Delo and Žurnal media. *Medijska istraživanja* 15 (1): 5–26.
89. Zelizer, Barbie. 1992. *Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory*. Chicago, London: University of Chicago Press.
90. --- 1993. Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication* 10 (3): 219–237.
91. --- 2010. Journalists as interpretive communities, revisited. V *The Routledge Companion to News and Journalism*, ur. Stuart Allan, 181–190. London, New York: Routledge.
92. Intervjuvanec A. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 4. april.
93. Intervjuvanec B. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. april.
94. Intervjuvanec C. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. april.
95. Intervjuvanec Č. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 8. april.
96. Intervjuvanec D. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 11. april.
97. Intervjuvanec E. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 11. april.
98. Intervjuvanec F. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 13. april.
99. Intervjuvanec G. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 13. april.

100. Intervjuvanec H. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. april.

101. Intervjuvanec I. 2011. Intervju z avtorico. Ljubljana, 15. april.

## **PRILOGA A: INTERVJUJI S SPLETNIMI NOVINARJI 24UR.COM**

### **Intervjuvanec A**

V: Začniva kar s spletnim novinarstvom na sploh. Kaj je po tvojem mnenju spletno novinarstvo prineslo v novinarstvo, ga je na kakšen način spremenilo?

O: Definitivno so spremembe v smislu ažurnosti in hitrosti podajanja informacij. Bistveno hitreje je potrebno iskati, preverjati in podajati informacije, manj je časa za delanje na zgodbi. Po eni strani gre za delo, ki je bližje načinu dela tiskovnih agencij, a gre po drugi strani za širše množice. Tako da gotovo gre za novost. Je sprememba. Delati je treba hitreje, a za končnega uporabnika, zato mora biti zgodba zanimiva in razumljiva.

V: Bi rekla, da je več pozitivnih ali negativnih novosti, ali drugače, kaj je tisto pozitivno in kaj tisto negativno?

O: To hitro podajanje informacij je gotovo pozitivno. Če vzamemo za primer razmere na cestah, ažurna objava takšnih informacij gotovo prispeva h kakovosti življenja uporabnikov. Po drugi strani pa ... ne bi ravno rekla, da je poslabšalo kvaliteto raziskovalnega novinarstva, zgodb, komentarjev in vsega tistega, kar daje neko vrednost, saj se mi zdi, da so ravno zaradi tega prišli klasični časopisi bolj do izraza. Mediji, tradicionalni in spletni, so se skratka začeli ločevati glede načinov in tipov poročanja. Tako da kakovost je bolj odvisna od vsakega posameznika in od medija do medija. Ne moremo posploševati, to je enako, kot če bi rekli, da je internet ultimativno dobro ali ultimativno zlo. Ni.

V: Gotovo pa je splet oziroma spletno novinarstvo prineslo drugačen način dela. Spletni novinarji najbrž delajo drugače kot kolegi na drugih medijih, na primer televiziji ali radiu. Te rutine dela so gotovo drugačne.

O: Mislim, da se ne razlikujejo tako bistveno. Res je, da je poudarjena ta prva stopnja dela, pri novinarjih na ostalih medijih pa je bolj druga in tretja stopnja, ko se poglobiš, ko povezuješ in analiziraš. Na nek način bi lahko rekli, da je prišlo do delitve dela med novinarji. Spletni novinarji naredijo prvo fazo za televizijske in časopisne, če vzamemo te najbolj tipične tipe novinarjev, ki to kasneje peljejo naprej in dopolnijo, kar spet potrebujejo spletni novinarji, da naslednji dan nadaljujejo z delom in iščejo naprej manjkajoče informacije.

V: Se ti potem ne zdi, da bi spletni novinar potreboval neke bistveno drugačne veščine, bistveno drugačne sposobnosti, izkušnje za delo v primerjavi s temi drugimi?

O: Ja, veščine, točno za to gre, za veščine, ne pa za znanja. Ti moraš enostavno »pasti noter«. Če novinarja definira neka osnovna radovednost in osnovni dvom, potem tipe novinarjev pač njihova narava in način dela. Veščine so seveda drugačne. Ne more si na primer vzeti ves dan, zato da bi razmišljal, kako bo dva stavka spravil skupaj. Če je nekdo na primer odličen pisec, mislim, da je škoda, da dela kot spletni novinar, ker ne bo imel priložnosti izraziti vseh svojih sposobnosti. Po drugi strani pa je spet nesmiselno, da je časopisni ali pa televizijski novinar

nekdo, ki je sposoben akumulirati veliko informacij za različne zgodbe in osmisлити osnovne podatke, čas za zgublja z detajli, povezavami, spletkami.

V: Rekla si, da gre za večšine in ne za znanje. Se jih lahko priučiš ali ...?

O: Absolutno. Mislim, da se lahko priučiš. Meni se zdi bistveno, da spletni novinar ali začne v spletnem novinarstvu ali pa na tiskovni agenciji, ker večjega »drila«, kot je tiskovna agencija, v novinarstvu ni. Tukaj se dobro vidi ta nevarnost, ob prehajanju na primer časopisnih novinarjev na splet je očitno, da so ti na novem mediju »v temi«. Medtem pa se bo spletni novinar lahko še vedno zverziral v radijskega, televizijskega, časopisnega, seveda ob pogoju, da ima izpolnjene še neke druge zahteve. Ampak, še enkrat, gre za večšine, ki se jih lahko naučiš. Sama sem celo prepričana, da se tega lahko čisto vsak nauči, vprašanje pa je, koliko ima volje za to.

V: Bi lahko bil vsak spletni novinar? Bi lahko rekla, da je lahko vsak televizijski novinar?

O: Že v osnovi sem prepričana, da je vsak lahko vse. Ampak ja, če pustimo ob strani neke sodobne zahteve po izpolnjevanju estetskih meril za na primer televizijske novinarje ali voditelje in govorne napake, ki tudi mislim, da se jih pravzaprav da odpraviti ... Če nisi ravno cepljen proti hitrosti in če si pismen, če si radoveden in te stvari zanimajo ... Se mi pa zdi prav, da si vsak poišče tisto svojo formo, ki mu najbolj ustreza in najbolj leži.

V: Kako je tebi všeč spletno novinarstvo? Kako se počutiš v tej vlogi?

O: Zame je spletno novinarstvo izbira, ne gre za to, da nisem imela druge opcije. Zanima me avantgarda, napredne stvari, in pri spletnem novinarstvu je v sami naravi dela, da si veliko v stiku z naprednimi tehnologijami, z novimi oblikami komunikacije. Tudi pri samem novinarstvu se namreč vse bolj zamegljujejo meje glede tega, kaj sploh je novinarstvo in kaj ne. Internet je na novo definiral določene stvari in jaz sem vedno hotela biti del nečesa, kar se šele razvija in kar se bo v polnem razmahu šele zgodilo.

V: Bi rekla, da je takšno stališče skupno vsem tvojim sodelavcem, vsem spletnim novinarjem, da jih to žene?

O: Ne, ne. Gotovo ne. Sploh ne.

V: Misliš, da so v tem pristali bolj po sili kot po izbiri?

O: Gotovo. Na žalost to velja za nekaj marginalnega oziroma v novinarstvu za nekaj manjvrednega.

V: Zakaj pa misliš, da je tako?

O: Pri nas, v slovenskem okolju konkretno, je to zaradi tega, ker se ustvarja takšna fama. Dejstvo je, da ti ne moreš komentirati nekega političnega dogajanja skozi spletno novinarstvo in pač ne moreš tekmovati z nekom, ki je politični komentator pri osrednjem časopisu. Posledično si manj zanimiv za same politične igralce ali pač ekonomske, skratka za vse, ki vstopajo v te zgodbe. Manj si prisoten na nekih zabavah in sprejemih in podobno, imaš nižjo



stopnjo izpostavljenosti. Ampak zaradi tega pa je tvoja kakovost lahko v končni fazi boljša, ker si bolj anonimen, pod manj pritiski. Ampak pri nas je pač tako, kaj naj rečem, zaplankanost. Ta fascinacija z vsem, kar je na televiziji ... Tukaj se lahko primerjamo z Italijo. Mislim pa, da počasi vsem postaja jasno, z vzponi na primer novinarjev, ki so v zadnjem času pokrivali nemire v Egiptu in Libiji, ki so se definirali skozi socialna omrežja, skozi splet na sploh, da so ta imena veliko pripomogla k prepoznavnosti zgodb, k temu, da je takšno poročanje prihodnost, ne pa nekaj postranskega.

V: Ampak status teh novinarjev je gotovo drugačen v primerjavi z na primer televizijskimi. Zakaj misliš da je to?

O: Saj je tudi odgovornost manjša. (Premor.) Vsaj zaenkrat. Če definiramo status po plači, ker je nek realen kazalec ... Nekdo, ki bo imel prvi prispevek na osrednji informativni oddaji najuspešnejše komercialne televizije v državi, bo imel tri tisoč evrov plače. Ampak ko bo ona ali on naredil napako, bo to njega stalo veliko. Medtem pa se spletni novinarji še vedno lahko skrivajo za inicialkami, prevodi, sklicevanji. Torej nižja odgovornost, nižja plača. Ker status ... S čim se to sploh meri? S tem, kako se novinarji gledamo med sabo, ali s tem, kako nas gleda širša javnost? Za to sploh ne vem, če je lahko relevantna, saj velika večina dejansko ne pozna tistih velikih imen, ki razkrivajo zgodbe in škandale.

V: Kakšen občutek imaš ob delu na spletu v smislu tega, koliko lahko izraziš svoje talente, svoje sposobnosti, koliko se lahko izkažeš?

O: Na spletu še bolj kot sicer! Sama sem sicer navdušenka nad spletnim novinarstvom, zato ne vem, koliko sem lahko objektivna. Ampak prepričana sem, da če imaš dovolj časa in dovolj volje, imaš ogromno možnosti ... Res pa je, da moraš znati obračati besede, postavljati naslove, obračati zgober, ker vsako se da povedati na sto načinov. Kar se tega tiče, mislim, da smo vsi novinarji izenačeni. Internet kot forma oziroma možnosti, ki jih splet ponuja, ima svoje prednosti in svoje slabosti, enako kot televizija ali časopis. Znotraj vsakega pa lahko vsak najde svoj način izraza, pri spletu pa še bolj, saj imaš video, foto material, tekst.

V: Če se premaknemo na bolj konkreten teren, na Pop TV. Kako se počutiš v tem novonastalem združenem uredništvu, kjer ste spletni in televizijski novinarji skupaj vsak dan?

O: Zelo v redu, s tem nimam nikakršnih težav.

V: Se je sploh kaj spremenilo?

O: Pa načeloma ja. Sama bistveno bolj poslušam, kaj se dogaja okrog mene. Dobesedno vlečeš na ušesa, enako kot tudi televizijski novinarji. To je tudi edini način, ne moreš namreč vsakega posebej spraševati in zaslisevati. Mislim pa, da se je bilo na nove razmere težje prilagoditi televizijskim novinarjem. Ampak vidim napredek, tudi v odnosih. Delam pa veliko na tem tudi sama. Hodim do njih, jim težim, po drugi strani sem pa tudi osorna in ne pustim, da bi se do mene obnašali kot do nekoga, ki nekaj manj ve oziroma zna, sploh če ti očitki prihajajo od nekoga, ki vsak dan dela v svojih prispevkih takšne napake, da težko sploh verjameš.

V: Zakaj misliš, da se je bilo televizijskim novinarjem težje prilagoditi?

O: Mislim, da je bilo to na začetku, zdaj so to kar sprejeli in vidijo tudi prednosti, se mi zdi. Zdaj smo imeli ravno primer s temi zapori in smo super sodelovali. Na njej je delal eden od televizijskih novinarjev, ki je dopisnik in je »letal okrog« na kraju dogajanja, drugi televizijski je bil v uredništvu in je uporabo svoje vire, veliko boljše vire, kar je bistvena razlika v primerjavi s spletnimi novinarji, ker televizijski pač hodijo veliko več okrog in imajo veliko več teh pomembnih telefonskih števil . . . Mi smo šli pa pač po regularnih, standardnih linijah in ker je vsak nekaj naredil, smo imeli veliko prej zgodbo kot pa ostali mediji.

V: Kako pa na to gledajo tvoji sodelavci s spleta? Kakšen je njihov odnos do televizijskih novinarjev in do dela v tem združenem uredništvu?

O: To je povsem odvisno od karakternih značilnosti vsakega posameznika. Mislim sicer, da smo vsi malo »trdi«. Mene preseneča, glede na to, da je podjetje mlado, da vsi, ki tam delamo, smo mladi ljudje, fleksibilni, po naravi dela radovedni, odprti, sposobni različnih načinov komunikacije, me zelo preseneča, da gre ta stvar tako zelo počasi, da so nekateri tako zaprti in tako zadrti.

V: Zakaj pa misliš, da je tako? Zakaj ljudje nočejo pristopiti?

O: Kaj naj rečem, kompleks slovenstva? (Smeh.) Ne vem, skušala sem razumeti, pa sem ugotovila, da me to ne bo pripeljalo nikamor, tako da sem se odločila, da nje važno, da imam sama stvari urejene, da imam odnose urejene in da nihče ne »serje po meni«. Vem, da ima vsak milijon nekih razlogov, ki ti jih bodo povedali, ampak po mojem niso to tisti pravi razlogi. Ne vem.

V: Misliš da so isti razlogi, zaradi katerih ne pristopajo televizijski k spletnim, kot tisti, zaradi katerih ne pristopajo spletni?

O: Ne, mislim, da ne. Televizijske je strah, da bodo izgubili na svoji vrednosti. In mi jim predstavljamo neposredno konkurenco, to je dejstvo. Oni se prodajajo na ekskluzivne zgodbe, njihova cena raste in pada glede na to, koliko lahko naredijo nekaj bolj bombastično kot pa drugi. Internet je prinesel to spremembo, da ne moreš več skrivati teh stvari in medijske hiše zdaj tekmujejo na spletnih straneh, kdo bo kaj hitreje in prvi objavil. Ti enostavno ne moreš več čakati do sedmih. Zato gre mogoče bolj razumeti to njihovo pozicijo, držo, da nočejo ali ne morejo sodelovati. Vendar pa bi bilo ravno sodelovanje lahko zanje predvsem plus, saj jim ti narediš velik del dela, zgodbe, da se oni lahko posvetijo in poglobijo v tisto, za kar ti nimaš časa. In gre v bistvu za komplementarno zgodbo. Zaenkrat je še tako, ampak počasi se bo spremenilo . . . Bolj pomembno kot to, da so uredništva integrirana, se mi zdi, da se zgodi integriranost, zlitje televizije in interneta kot medija, to, kar se na primer v Skandinaviji že dogaja, to, da televizija kot takšna ne obstaja več. To ne pomeni, da se televizije ne dela več, le to, da se jo gleda na internetu. Gledaš televizijo in brskaš po internetu, informacijo najdeš takoj, ko jo rabiš, poročila pa gledaš potem, da dobiš poglobljene informacije, ozadja. Pri nas se zaenkrat še ne morejo sprijazniti, da se bo to neizogibno zgodilo. Interneta ne bodo

izklopili, ne bo izginil, ne bo prišlo do cenzure, to je en tak »steady« razvoj ... Prej ko to sprejmejo, lažje jim bo.

V: Mogoče bi bilo lažje, če bi bili novinarji bolj vpleteni v ta proces združevanja uredništev.

O: Ne, jaz mislim, da bi bila to zguba časa. Vsak ima sicer svoje travme in frustracije, kar vpliva na delo, ampak mi pač hodimo v službo. Tukaj jaz vidim večjo vlogo odgovornih urednikov, ker se mi zdi, da absolutno premalo delajo na tem in da premalokrat udarijo po mizi. Ne zavedajo se, kako se dela in kako je treba delati.

V: To sem tudi mislila. Da bi moralo biti mogoče ljudem bolj jasno, kaj je smisel tega združevanja.

O: Odgovornim urednikom in lastnikom medijskih hiš je gotovo kristalno jasno, kaj hočejo doseči, kam stvari grejo. Zato tudi imamo zdaj integrirano uredništvo. Problem je, da njim je toliko več jasno kot vsem drugim, pride do komunikacijskega šuma. In ne zavedajo se, da je ljudi strah ravno zato, ker ni vsem vse jasno. Mnogi se čutijo ogroženi, eksistenčno ogroženi. In to je ta psihološki moment, ko je res težko kar koli narediti. Pri nas ... morala bi res s prstom pokazati na odgovorne urednike in na to, da pač ... Dokler imaš ločen budžet, ločeno poveljevanje, poveljevanje mora biti jasno, skupno, ne moreš imeti ti treh šefov, noben pa ne ve točno, kaj je njegova odgovornost. Vsak urednik mora znati razložiti svojim podrejenim, da so to samo spremembe, ki so dobre, pozitivne.

V: Kdo pogosteje ali lažje pristopa s prošnjami po sodelovanju in zakaj? Rekla si, da je za televizijske novinarje težje, to verjetno pomeni, da težje pristopijo?

O: Ne, ni res. V zadnjem času opažam, da ... Ko se enkrat sprostijo, več prihajajo oni k tebi. Zakaj? Čisto banalen primer. Mi imamo na primer zbirko vseh telefonskih števil na enem mestu, oni pa imajo vsak svoje in posledično ne vsi vseh. Po drugi strani pa so ugotovili, da če ni njihovega prispevka objavljenega na spletu, jih ni.

V: OK, zavijmo še malo drugam. Kaj je zate dobro novinarstvo? Kaj ga naredi dobrega?

O: Zame je še vedno na prvem mestu vprašanje, koliko prispevaš k javnemu dobremu. Pri tem ne pristajam na te neke dogme, koliko je nekaj bombastično in koliko je nekaj ... treba je biti kritičen, imeti zdrav dvom o tem, kaj je zgodba in kaj ni. Preveč se vsi ukvarjamo z desetimi politiki, ki delajo neumnosti, ali pa se gre po drugi strani v ekstrem, da je treba malega človeka povzdigovati v ultimativni cilj. Tudi mantra »Vse v službi javnosti« mi ne »štima« povsem. Kakor koli že, določene stvari niso za objavo. Pa tukaj ne mislim na depeše. Veliko krivde bi lahko pripisali neodgovornemu novinarstvu. Lažje je v bistvu povedati, kaj je slabo novinarstvo. Rekla bi, odgovorno novinarstvo, ki je v javnem interesu. Ne razkrinkavanje samo po sebi, ampak vprašanje, kaj s tem povzročiš. Na živce pa mi gre tudi to neko vzvišeno novinarstvo in politični škandali, ki nikomur ne koristijo, po drugi strani pa preziranje trivialnih novic o seksu in zvezdah ...

V: Ok, to je glede vsebin. Kaj pa glede načina dela, nekih načel, ki te pri delu morajo voditi?

O: Dvom mora biti vodilo. V vsako stvar, v vsako izjavo, moraš podvomiti. In ne glede na to, ali govoriš z zapornikom ali pa s predsednikom države, vseeno je. In ne glede na to, ali vsi svetovni mediji določeno zadevo sprejmejo za resnico, ni nujno, da je res.

V: Kako je s tem v spletnem novinarstvu? Rekla si, da je treba informacijo čim prej objaviti.

O: Ja, to je pa to. Tu pravzaprav prihaja do spremembe. V spletnem novinarstvu ti ne moreš se izogniti na primer vprašanjem v naslovih ali pa izpostavljanju vprašanj v zgodbi in domnevam. Ti moraš v čim krajšem času čim več različnih vidikov zgodbe pokriti. In ti kot spletni novinar ne boš mogel reče, evo, to je resnica. Poveš, pravijo tako in tako, bilo naj bi tako in tako, tisti ob 7. uri pa naj ugotovijo, kaj je res. Čeprav dvomim, da tudi če imaš dan ali dva, ni nujno, da prideš bližje resnici ... Ali resnica sploh obstaja? (Smeh.)

V: Gre pravzaprav za to, da postaviš informacije na mizo.

O: Tako, tako. Ti ne iščeš svoje resnice. To je ta razlika, do katere prihaja ob primerjavi z raziskovalnimi novinarji pri na primer Spieglu, ko delajo eno zgodbo šest ali osem mesecev. Takrat verjetno že lahko rečeš, da si ugotovil, kaj je res in kaj ni. Tukaj pač ne moreš. Jaz ne vidim nič slabega v tem, da zgolj predstaviš različne vidike, ker s tem bistveno manj vplivaš na javnost, na oblikovanje njihovega mnenja.

V: To je povezano tudi z odločitvami o tem, kaj bo šlo v objavo. Če je bila v nekem klasičnem novinarstvu odločila točka neka vsebinska presoja, potreba javnosti po tem, da nekaj izve, igra zdaj glede na vse, kar si povedala, vlogo verjetno tudi to, koliko se o neki stvari govori.

O: V slovenskem medijskem prostoru še vedno določa objavo uredniška politika, ki je definirana s strani politike. To je dejstvo. To mislim na sploh. Splet v Sloveniji še ni dovolj močen, da bi lahko bil trend-setter, ampak še vedno cijazi za tem, kar objavljajo časniki na prvi strani oziroma s čimer se začnejo poročila.

V: To pomeni, da spletni novinarji včasih preverjajo zgodbe, ki so jih neki drugi mediji že objavili?

O: Te povzemajo, jih ne preverjajo več. Ker ni časa, pač zgolj navedeš z virom. Bolj bi rekla, da gre obratno: spletni medij nekaj objavi, potem pa ti drugi raziskujejo naprej. Dostikrat je očitno, da ti novinarji, televizijski in časopisni, na primer, sploh ne preberejo objavljene novice na spletu.

V: Zakaj?

O: Ne vem, še niso navajeni, očitno. Mogoče se otepajo tega, ker ... Smo medij, ki posveča prostor tudi rumenim vsebinam, zaradi katerih mogoče resnim pada relevantnost, kar pa mislim, da ni prav.

V: Bi rekla, da mogoče problematizirajo dejstvo, da veljate za medij, ki ne išče »resnice«, ampak je tam zgolj nek nabor informacij ...

O: Ma, jaz bi rekla, da vsak dela iz sebe več kot dejansko je. Vsak se hoče počutiti pomembnega in zato ne vidi več družbe takšne, kot je. Vsi bi se radi dvignili nad maso, bili nad povprečjem. Sami sebe postavljajo na piedestal, prereno se jemljejo. To konstantno podcenjevanje velikih množic ... Pri nas je očitno, kakšne vsebine zanimajo velike množice. Zakaj jim torej teh vsebin ne bi dali bolj kvalitetno kot da se zgražamo nad njimi in jih posiljujemo z nekimi obskurnimi aferami ... Ta neka aroganca. Vsi bi radi bili Woodward, čeprav živ bog ne ve, kdo to je. Naj se začnejo vsi normalno obnašati, ne pa ukvarjati s tem, kdo je bolj pomemben kot nekdo drugi. Čeprav je pa res, da v Sloveniji obstaja nek ta kolektivni »drajv«, da če si novinar, moraš biti prepoznaven. Ljudje večinoma še vedno dobivajo informacije preko tv dnevnika oziroma pač poročil in si predstavljajo, da je to to, da biti novinar tako zgleda. In dokler te ne vidijo, da tiščiš mikrofon premierju globoko v grlo, nisi naredil nič.

## Intervjuvanec B

V: Ti je vseč delo v uredništvu spletnega medija? Kako se počutiš tukaj, kjer delaš?

O: Na tem delovnem mestu se počutim zelo dobro. Način dela mi je vseč, mogoče tudi zato, ker sem prelena za »terene«, ker nimam ambicij, da bi to počela vse življenje. Kamera in televizija me nikoli nista zanimali, bolj me je zanimal »backstage«, zato mi je pri tem delu vseč tudi to, da se lahko malo skrijemo za to anonimnostjo. Če pa grem na teren, grem delat takšne stvari, ki me res zanimajo. Res je, da obstaja pritisk, zaradi same narave dela, moraš biti ažuren, ves čas spremljat več zadev, da pa ja ne bo kdo pred nami česa objavil.

V: Se ti zdi, da na račun hitrosti mogoče trpi kakšen drugi vidik dela?

O: Ja, gotovo trpi kvaliteta. Gotovo. Zato ker je bolj pomembno, da smo prvi, pa tudi če je le en stavek v novici, tudi če ni preverjena zadeva. Načeloma se sicer poskušamo držati načela, da ne objavljamo stvari, za katere nismo prepričani ali za katere nimamo potrditve, na primer, da se je zgodila nesreča. Ampak ja, sigurno, če imaš za pripravo enega članka več časa, ga sigurno pripraviš bolj kvalitetno.

V: Se ti zdi, da je to en trend, ki ga je spletno novinarstvo prineslo v novinarstvo na sploh? Ali pa drugače; je spletno novinarstvo prineslo pozitivne ali negativne stvari v novinarstvo na sploh?

O: Mislim, da bolj pozitivne. Ker čeprav je po eni strani zoprno tako delati, je pomembno in dobro, da so ljudje čim prej obveščeni, če se kaj dogaja. Z napredkom tehnologije je tudi tako, da dandanes lahko na telefonih spremljajo medije ... Danes, če objaviš novico na spletu o tem, da nekdo vozi v napačno smer po avtocesti, ljudje več ne gledajo na to kot nekaj neumnega, češ da noben voznik ne bere spletnih strani med vožnjo, ampak voznik mogoče stoji v koloni in bo medtem pogledal na telefon ter videl opozorilo.

V: Za uporabnike torej predvsem pozitivne plati. Kaj pa za novinarje?

O: Hmmm.

V: Bi rekla, da so spletni novinarji bistveno drugačni v primerjavi s televizijskimi ali denimo časopisnimi kolegi?

O: Določene razlike gotovo so, vendar pa po mojem ... Gotovo na drugačen način pripravljáš prispevke za televizijo, radio in splet, to zagotovo vem, ker sem sama nekaj časa delala na radiu. Kljub temu pa mislim, da v osnovi morajo imeti vsi novinarji neke skupne lastnosti in večine. Kaj pa vem ... Ja, mogoče nekatere stvari bolj prihajajo v ospredje pri spletnih novinarjih.

V: Če potegnemo črto, ti je torej vseč to početi. Kaj pa v smislu izražanja svojih sposobnosti, izkazovanja talentov, se ti zdi, da imaš dovolj možnosti, da se izraziš, pokažeš?

O: Tukaj lahko govorim samo zase konkretno. Dejstvo je, da lahko delam stvari, ki me zanimajo, da pa bi bil tukaj kakšen napredek ... Že samo zato, ker sama nimam posebnih ambicij po višjemu mestu v tej hiši ali po tem, da bi šla delat znotraj katerega drugega oddelka, mene to ne zanima, ker ne vem, če bi to delala tudi kasneje v življenju. Dejansko pa zato ni možnosti, poleg ekipe novinarjev je praktično samo šefica in to je to. Za tukaj, kjer sem, za delo ob študiju, mi pa nič ne manjka, sem zadovoljna.

V: Koliko ta slika, kot jo vidiš zdaj, ustreza neki predstavi iz preteklosti, preden si delala v novinarstvu, o tem, kaj pomeni biti novinar?

O: Novinarji so v prvi vrsti hodili na teren, kar nam v tej redakciji manjka. Sama se nimam za neko hudo novinarko, samo zato, ker delam tukaj. Mislím, da bi lahko vsak študent to delal, kar delamo mi. Gotovo je drugačen način dela v primerjavi s tem, kar smo si nekoč predstavljali. Ampak evo, meni ustreza.

V: Kako bi pa ocenila odnose znotraj hiše, kako se do tebe vedejo nadrejeni in drugi novinarji iz drugih uredništev? Se ti zdi, da dobiš spoštovanje, ki si za zaslužiš?

O: Ne. To gotovo ne. Nikakor. Zdi se mi, da smo mi kot spletni medij zelo zelo podrejeni drugim, da pač ... nekako nas nimajo za prave novinarje, za kar je razlog verjetno prav to, da ne hodimo na teren in ne delamo na enak način kot oni. Ampak oni ne razumejo našega dela, tega, da moramo biti osem ur učinkoviti, ves čas, non stop, ni tega, da ko se oddaja zaključí, gremo lahko na pivo, ampak moramo biti takrat, ko se največ dogaja, za računalniki in tipkati. Njihov način dela je drugačen, ne bom se spuščala v to, kateri je boljši, smo pa mi zaradi tega enostavno v podrejenem položaju.

V: Kako se to kaže v vsakdanjem življenju? Prihaja do trenj ali enostavno ... Kako bi opisala odnos spletnih novinarjev do televizijskih v tej konkretni situaciji?

O: Mislím da imamo mi do njih v splošnem »respekt«. Vsaj jaz. Vsaj do določenih ljudi, do določenih itak ne, ampak to je stvar, ki je bolj povezana z njihovo osebnostjo, ne z delom oziroma s poklicem, ki ga opravljajo. Zdi se mi, da mi njih zelo spoštujemo. Z nekaterimi se da dobro sodelovati, nekatere se da poklicati, nekateri celo sami pokličejo, nekateri sami pridejo do nas... Njihov odnos je bistveno drugačen.

V: Kako bi ga opisala?

O: Tako skratka kot sem že prej rekla. Da nismo dovolj dobri za njih, ker ne delamo na njihov način.

V: Nespoštovanje.

O: Ja. Ful. Ful. (Premor.) Velikokrat se zgodi, da konstantno osvežujejo Žurnal24, da preberejo na njihovi strani novico kot novo, mi pa jo imamo na strani že dvajset minut. Sploh ne gledajo naše strani, ker si mislijo, da itak ni dobra.

V: Bi rekla, da je tako zaradi nerazumevanja, zaradi premalo sodelovanja? Koliko je sodelovanja med uredništvoma?

O: Sodelovanja je zdaj mogoče malo več, ker smo pač v skupnih prostorih. Prej ga je bilo zelo malo, s tem da smo morali vedno mi »gnjaviti«. Se mi zdi, da se je zdaj mogoče malo popravilo, oni včasih pokličejo našega snemalca za kakšne posnetke in podobno. Skratka, dela se na tem, ampak imam občutek, da je zelo težko priti v njihov krog. Tako pač ... Da nas nikoli ne bodo imeli za sebi enake, ne glede na to, kaj mi imamo, s kakšno novico »provalimo«, s kakšnimi posnetki, kar koli ... Zelo težko jim je priti blizu.

V: Zakaj pa je tako po tvojem?

O: Meni se zdi, čisto zaradi tega, ker se imajo oni za prave novinarje, ker hodijo na teren, nas pa nimajo za takšne. Zakaj ... To pa ne vem. Bi morala njih vprašati. Takšno je moje stališče, predvsem zato, ker sem imela nekaj zelo slabih izkušenj.

V: Se ti zdi neutemeljeno? Ali mogoče razumeš, zakaj je tako?

O: Ma, mislim, da bi nam morali dati priložnost in razumeti našo pozicijo. Ne rečem, da smo na isti ravni, ker res to, da grejo na teren, je mogoče res malo bolj novinarsko ... pač takšna stvar ... Ampak oni pa tudi ne razumejo nas, ker ves čas sedet za računalnikom in spremljat neke stvari pa tudi ni lahko. Oni imajo ves dan čas za pripraviti prispevek, mi smo pa osem ur ... Res natempirani. Mislim, da bi nas morali razumeti pa tudi oni korak bližje narediti.

V: Ti je neprijetno pristopiti k njim s prošnjo po sodelovanju?

O: Ja. Čeprav je tudi odvisno, do koga pristopam. Z nekaterimi je težko že samo zaradi njihovih karakternih značilnosti. V teh primerih to nima zveze s tem, kar delajo, ampak mi grejo na živce tudi sicer ... Do nekaterih pa tudi ne, čisto odvisno. Načeloma pa lahko rečem, da mi je zoprno, ja, jih kar koli spraševati, ker se mi zdi, da s tem jim daješ še večjo potrditev, da oni nekaj več vedo, ti pa ne.

V: V kakšnih primerih pa oni pristopijo?

O: Oni pridejo, ko rabijo kakšno telefonsko številko, ko imamo kakšne posnetke, ki jih oni nimajo, ko imamo mi kakšne fotografije, ko imamo fotografe na terenu, pa oni nimajo ekipe, za oddajo ob enih se zdaj veliko sodeluje, mi moramo vedeti, kaj bodo oni delali, da mi to lahko »tizamo« na strani. Takrat ko pač kaj potrebujejo od nas. Saj mi tudi počnemo enako, ni ravno, da se družimo in visimo skupaj ...

V: Je to novo uredništvo prineslo ljudem, ki tam delate, več nelagodja ali več pozitivnih stvari? Kako si se privajala na to?

O: Meni je bilo prej veliko bolj všeč, ko smo bili posebej. Ta njihov način, kako se oni sproščajo in kako imajo oni stvari povezane ... Na primer, oni so cele dneve skupaj, imajo celo življenje ... Ne ločujejo pač osebnega in službenega. Mi pa tega nimamo, saj smo prijatelji, ampak vseeno vzdržujemo neko mejo med zasebnim in službenim. Meni pač ne paše, da je to tako pomešano. Tako da se mi je bilo zelo težko privaditi, ker so zelo glasni. Mi smo navajeni delati v miru, v tišini, s prižgano televizijo na glas, če spremljaš kakšne dogodke. Oni so precej bolj glasni, tako da meni je bilo to malce zoprno. Če vprašaš urednico,



bo rekla, da se je sodelovanje zelo povečalo, ker je to že meni rekla, ko sem ji »pojamlala«, da meni to ni všeč ... (Smeh.) To je v veliki meri stvar posameznika, in sodelovanje in počutje v uredništvu. Meni je pač bolj všeč, da sem v svojem krogu, da delam, tudi nisem glasna, zato mi to ne ustreza. Ni mi ravno moteče, razen včasih, ko delaš kakšno stvar in te malo moti, ni pa zdaj ravno tako, da ne bi mogla prenesti. Saj se da, saj smo se že privadili, nimaš kaj ... Mi je pa bilo prej veliko bolj všeč. Če si koga rabil, si ga pač poklical, danes pa so to osebni stiki ... Saj to je po svoje dobra stvar, da tudi oni tebe spoznajo, ampak ...

V: Bi to pripisala tudi dejstvu, da je šlo za pravzaprav vsiljeno odločitev od zgoraj, kar se tiče združevanja uredništev?

O: Ja. Mi se nikoli nismo niti predstavili eni drugim. Oni še danes ne vedo, kako je nam ime. Mogoče za dve redaktorici, to je pa tudi vse. Medtem ko mi njih vse poznamo. Sicer tudi zato, ker so pred kamerami, ampak ... Pač mi smo šli, ker smo morali iti, kar pa še ne pomeni, da nam je to všeč.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo, katera so tista načela, ki novinarstvo naredijo dobro?

O: Meni se v prvi vrsti zdi pomembno preverjanje informacij. Ker to neko prodajanje buč, kot ima to dostikrat kateri drug medij, ki dela velike zgodbe iz stvari, ki si tega ne zaslužijo, se mi ne zdi primerno. Zadevo je treba preveriti, nato pa jo objaviti na nek razumljiv način, ki bo ljudem blizu. Biti mora korektno narejena, razumljiva, jasno in slovnično pravilno napisana.

V: Koliko se vse to uresničuje na 24ur.com?

O: Hmm. (Premor.)

V: Prej si omenila, da včasih na račun hitrosti trpi kvaliteta objavljenega.

O: Ja. Ma, mislim, da se kar poskušamo držati teh načel. Načeloma velja, da preden nekaj objaviš, poskušaš dobiti vsaj kakšno potrditev iz vsaj kolikor toliko zanesljivih virov. Ne gre tako, da nam nek bralec nekaj napiše, pa bomo mi to takoj objavili, ne.

V: Preverjanje pri treh različnih virih?

O: Ne, to gotovo ne. Pač preveriš pri tistem viru, za katerega misliš, da je kredibilen, ni pa vedno čas za preverjati, kaj pravi ena stran in kaj pravi druga stran ... Saj skušaš biti objektivni, predstaviti več strani, ampak včasih tudi zmanjka časa.

V: Omenila si, da tudi na drugih medijih trpi kakovost na račun hitrosti. Bi rekla, da je to posebnost spletnega novinarstva ali da se je mogoče preneslo tudi na druge medije?

O: Ja, bi rekla, da samo za spletno velja. Drugje imaš povsod več časa. Saj se zgodi, ampak gre bolj za izjeme, da pridejo kakšne nepreverjene informacije v javnost.

V: Kako bi komentirala trditev, da se zaradi te hitrosti spreminja sama funkcija novinarstva na spletu?

O: Pa ... Niti ne bi rekla, pač trudimo se biti prvi ... Vsaj pri nas bi tako rekla. Mogoče pri kakšnem drugem mediju, ampak mi nismo takšni, da bi šli preko vsega, samo da bi nekaj objavili. Imeli smo primer, ko je bil Klemen Klemen v komi, pa smo vsi to vedeli, ampak nismo dobili nobene uradne potrditve in pač tega nismo objavili. Mislim da so na Delu to imeli prvi, pa bi lahko povzemali, a tega nismo naredili, čeprav bi šli ratingi v nebo. Na tej točki se mi je zdelo, da imamo še nekaj dostojanstva. Nismo šli preko trupel. Zaenkrat torej ne bi rekla. Mogoče pa bi se s časom res lahko spremenila funkcija.

V: Ker novinarstvo v tem nekem idealnem svetu naj bi služilo ljudem in jim dajalo tisto, kar rabijo. Kako je s tem na spletu?

O: Mislim, da ne gre toliko za to, kaj rabijo, ampak za to, kaj hočejo brati, kar je žal črna kronika in rumene stvari. Na ratingih se gradi tudi shema ... Mi imamo celo desno stran zapolnjeno z Ekskluzivom. Mene na primer zelo prizadane, da se zelo trudim z nekim člankom, grem na teren, potem pa ta nima nobnega ratinga, ene joške na desni strani pa tako privlečejo ljudi. Mene to zelo prizadane, ampak takšna je pač mentaliteta. Saj ne rečem, tudi sama, če vidim na nekem mediju neko hudo nesrečo, normalno, da bom kliknila, ampak odkar delam tukaj, so me začele zanimati tudi druge stvari. Tako je. Pogovarjala sem se s kolegom na Slovenskih novicah in je rekel, meni je žal, da moramo pisati samo o tem, ampak to se pač bere.

V: Slovenske novice in Pop TV sicer ne slovita kot medija, ki bi se ukvarjala izključno s političnimi, resnimi novicami. Kako se ti zdi, da je z drugimi spletnimi mediji? Se ta trend preliva tudi širše?

O: Ja, meni se zdi. Ljudje to hočejo, mi jim pa damo, kar hočejo.

## Intervjuvanec C

V: Asociacije na spletno novinarstvo, na kaj pomisliš kot novinar ob omembi pojma spletno novinarstvo?

O: Kot prvo lahko rečem, da mislim, da se vse novinarstvo ali vse vrste novinarstva močno približujejo spletnemu novinarstvu. Kaj to pomeni? Spletni novinar nima veliko časa, da bi nekaj »ornk« naredil, ampak se v vsako stvar lahko poglobi le za določen čas. Odvisno, za nekatere ima čas, za druge nima, za nekatere malo več, za druge manj. Ponavadi ga sicer nima. (Smeh.) Spletno novinarstvo skratka spremlja hitrost in površnost. Mislim pa, da se vsi novinarji temu približujejo in da je novinarstvo v Sloveniji na sploh v zatonu. Ne vem, ali so krive finance, tempo ... Ne, ni tempo. V bistvu spletno novinarstvo narekuje ta tempo tudi drugim novinarjem. Ta tempo pa je slab, ker se nihče več ne pogablja zares v stvari, ampak jih obravnava dva do tri dni, potem je pa to adakta in gremo naprej. Spletni novinar se zapiči v nek moment, ne gre pa v globino. Momentarno novinarstvo postaja to.

V: Se ti torej zdi, da spletno novinarstvo prinaša več slabih trendov v novinarstvo?

O: Ja, več slabega. Površnosti, instantnosti. To hočejo brati, to bodo dobili.

V: Kakšna je razlika, če obstaja, med spletnimi novinarji in izkušnjami, veččinami, ki jih potrebujejo, in med temi drugimi novinarji, ki delajo na primer na televiziji, časopisu ...?

O: Ja, če hočeš biti spletni novinar, moraš biti razgledan, človek z nekim širšim znanjem, to pa zato, da lahko sploh pišeš. Če hočeš biti hiter, moraš pač vsaj nekaj vedeti o tem. Če nič ne veš, nič ne moreš napisati, samo to, kar ti ponudijo drugi. Če pa kaj veš tudi sam, je to tvoja prednost. Mislim, da to zaenkrat še ni dovolj cenjeno, če bo v prihodnosti, ne vem, se sprašujem. Kaj imajo pa ti drugi novinarji, česar mi nimamo? Drugače pač delajo, oni se lahko bolj poglobijo v tisto eno ali maksimalno dve temi, ki ju pokrivajo na dan. Na spletu tega, razen redkih izjem, ni. Ne moreš si privoščiti ves dan pisati en članek. Takšni portali, ki imajo takšen način dela, so zelo redki. Na 24ur.com je tako, je priložnost, da se napiše vsaj en takšen članek na dan. Saj se ne vsak dan, ampak lahko bi se, možnost je. Ker drugje, tam, kjer sem prej delal na primer, se ni dalo, tudi na drugih portalih, vem, da nimajo časa.

V: Kako bi opisal uvajanje na to delovno mesto? Je potrebno kakšno uvajanje, na primer v primerjavi z uvajanjem v delo televizijskega novinarja?

O: Ja, so specifike, velike specifike. Gre predvsem za to, da se moraš naučiti reagirati na te velike, pomembne momente, dogodke. Ko se kaj takšnega zgodi, mora novinar takoj vedeti, kako začeti, čemu dati prednost, da je treba bralcem najprej ponuditi prvo informacijo, da je potem druga malo bolj poglobljena, sledijo odzivi, četrta potem z analitiki. Tukaj vidim največje razlike, nekemu drugemu, navadnemu novinarju tega ni treba vedeti. Ok, mogoče tistim bolj izkušenim, sicer pa takšen novinar pač pokrije tisto svojo temo in to je to.

V: Se to lahko vsak nauči? Je spletni novinar lahko vsak?

O: Ne, ne. Vsak novinar ne more biti spletni novinar, če hočeš. Med ljudmi imaš dobre analitike, in ti so dobri za delat ozadja ali za delat tisti celodnevni članek. Takšen novinar pa ne bi bil dober spletni novinar. Spletni novinar, če hoče biti dober, mora biti malo širše razgledan in bo hitreje delal, pa kolikor toliko kvalitetno. Pa da mu ni treba razlagati vse od začetka, kako in kaj, ampak da sem sam zna znajti.

V: Kot razumem, bolj izkušnje, torej, kot pa neka znanja?

O: Hja ... No, to mora biti človek, ki spremlja dogodke in dogajanja s srcem. Ma to govorimo že o novinarjih na sploh. Na primer, če gledamo poročila na Pop TV, tukaj imamo ogromno nekih wanna-be novinarjih, ki bi radi bili ne vem kaj ... Oni tudi nimajo nekih izrazitih znanj, ampak so bolj »talking heads«. Tega imaš po svetu veliko, pri nas pa ne toliko. Uvaja se mogoče ravno na Popu, ampak ne vem, če se bo to prijelo. Upam, da se ne bo. To je blesavo novinarstvo, nekdo ti napiše tekst, ti pa pač prebereš. Tega nočemo, tega noben dober novinar noče.

V: Izgubi se odgovornost.

O: Ja, tako je.

V: Kaj bi bil ti raje? Si zadovoljen kot spletni novinar, če potegneš črto in sešteješ dobre in slabe stvari?

O: Ja, bil bi le boljše plačan spletni novinar. Sam se ne počutim ravno kot del vsega tega, ne vem, če bom ostal v novinarstvu. Čez dvajset let pa zagoto ne bom več, nikakor.

V: Omenil si plačo. Je to problem spletnega novinarstva na sploh, da je ... ne vem, podcenjeno, ne dovolj cenjeno, s finančnega vidika, mogoče celo širše?

O: Ja, je, je, gotovo je podcenjeno. Novinarstvo v Sloveniji se mi na sploh zdi premalo plačano. Nekaj je takih, ki so res dobro plačani, lahko živijo od tega normalno, imajo družine. Potem so pa novinarji, ki ravno tako veliko vedo in bi bili upravičeni do tudi finančne nagrade, ampak nikoli ne dosežejo te točke. Tukaj govorim o spletnem novinarstvu, pa tudi o novinarstvu v Sloveniji na sploh. Tudi zato imamo toliko nekih »neznalcev«, ki nič ne vedo ... Saj o določenih stvareh tudi jaz ne vem nič, pa moram o njih pisati, ampak ... Nočem, slabo se počutim, ko to delam. (Premor.) Spletnemu novinarstvu manjka to, da ni usmerjenosti. Ta usmerjenost je zaradi načina dela nemogoča. Delaš pač od takrat do takrat, pokrivaš tisto, kar pač moraš ... Saj novinarstvo je na sploh takšno, ampak še vedno je do določene mere usmerjeno, nekdo pokriva zdravstvo, nekdo vojsko, drugi finance ...

V: Kadrovska podhranjenosti?

O: Hmm. Ma preveč se zahteva od enega človeka, vsak mora biti sposoben vse delati. Ponudba na trgu je pravzaprav velika, vsak je lahko novinar po svoje, in to je tisto, kar bega novinarje ... In potem vsi delamo vse, samo zato, da delamo.

V: Rekel si, da je vsak lahko novinar. Tudi nekdo, ki piše blog, je na primer neke vrste novinar? Kje je ta razlika med enim blogerjem in novinarjem na 24ur.com, če sploh obstaja razlika? Zakaj je novinar 24ur.com bolj novinar?

O: Kaj ga naredi večjega? Ne, ravno obratno. Tistega blogerja naredi večjega to, da je poznavalec tistih tem, ki jih na blogu objavlja, in je on pravzaprav večji strokovnjak kot jaz, ki sem novinar. Jaz posvetim neki temi uro, dve uri, pol ure, on je pa neki temi posvetil mogoče pol življenja in seveda bo naredil bolj kvalitetno stvar kot jaz. Jaz se strnjam, da so ti blogerji tudi spletni novinarji oziroma v tem smislu še večji strokovnjaki, zato tudi po njih velja povzemati.

V: Rekel si, da nisi ravno klasični novinar v smislu, da si si to vedno želel postati. A verjetno si kljub temu imel neke predstave o tem, kaj pomeni biti in delati kot novinar, preden si začel delati. Kako se te predstave ujemajo ali razlikujejo od tvoje sedanje realnosti?

O: Moja glavna ideja je bila ta, da pišem za rajo, za ljudi, za maso, to se mi je zdelo super. Ampak potem, ko prideš do tega, ko ugotoviš, da pišeš vse živo, da je poplava novic, da je to tako stresno delo, tega si prej nisem predstavljal, meni se zdi novinarstvo en bolj stresnih poklicev ... Potem sem prišel do spoznanja, da to ni tista predstava, ki sem jo imel. En del se sicer še vedno uresničuje, še vedno lahko napišem ... Ko sem to spremljal od daleč, sem spremljal z užitkom, čisto sem bil »noter«, zato sem tudi šel v novinarstvo, ker mi je blo waw, vem nekaj, tudi prišel sem noter preko testov in testiranj. Ampak potem ko sem prišel noter, sem videl, da je lahko dober tudi novinar, ki malo manj ve, pa je hiter, hitro dela ... Kaj je tu dobro in kaj ne, ne vem ... Je pa res, da tudi ko sem bil urednik, sem ugotovil, da rabim obe vrsti novinarjev, in take, ki znajo bit hitri, kot tudi take, ki se znajo poglobit.

V: Rekel si, da si na svojem delovnem mestu relativno zadovoljen, razen s plačo. Se ti zdi, da se imaš možnost dokazovati, pokazati svoje sposobnosti?

O: Ne. No, do neke mere. V primerjavi z mestom, kjer sem delal prej, sem tu bolj zadovoljen, ker sem nagrajen, ko nekaj res dobrega naredim.

V: Kako bi ocenil možnost dokazovanja v primerjavi z nekim drugim novinarjem, ki si mogoče bolj svobodno izbira teme, ki več sebe vloži v prispevek, s katerim se ukvarja na primer ves dan ...?

O: Ja, on se absolutno bolj pokaže, bolj profilira. On svojemu odjemalcu lahko ponudi več kot jaz, ker ima več možnosti, več časa. Pa še ena težava obstaja. Spletnih novinarjev politični in ekonomski akterji ne spoštujejo. In ko slišijo, da jih kliče nekdo s spleta, si mislijo, ej ...

V: Zakaj je tako?

O: Prvič, zato ker te ne poznajo. Poznati te ne morejo, ker pač delaš sto stvari, ne pa samo njihovega področja. Ampak glavni problem je pač to, da moram jaz hkrati delati več stvari in ne morem biti osredotočen na eno novico, še manj na eno področje.

V: Ti pravzaprav govoriš o dveh različnih novinarstvih, ki opravljajo različne naloge. Bi se strinjal s tem?

O: Ja, ja. Eno je biti »štampač«, ko pač tipkaš novice eno za drugo, in to pač splet potrebuje, o tem ni debate. Tam ljudje klikajo tisto, kar jih zanima. Če ne ponudiš širokega spektra, te ne bodo klikali in ne boš uspešen. Imeti pa moraš tudi nekoga, ki bo delal bolj poglobljene zadeve, ki se bo ukvarjal z zgodbo tudi ves dan. Če ne ponudiš obojega, si pogorel, ker te bo konkurenca povozila. Je pa nekaj, kar se mi zdi zelo pomembno v spletnem novinarstvu. Če ti v razmerah, kakršne trenutno so, nimaš back-upa od televizije ali časopisa, da nimaš še ene ekipe novinarjev, ki hodijo na teren, si pa pogorel na celi črti. Spletna redakcija bi morala biti zelo široka, če bi hotela pokriti vse, take pa v Sloveniji trenutno ni oziroma so samo takšne, ki potrebujejo ta back-up.

V: Je torej za večino originalnega poročanja in ekskluzivnih zgodb še vedno večinoma zaslužna TV, časopisi, množični mediji, kratka?

O: Ja. Ampak zakaj. Oni imajo čas za to. Ampak spletni novinarji morajo ponuditi to njihovo zgodbo. Če je neka velika, pomembna zgodba, se mora tudi spletni portal poglobiti vanjo, potem ko jo že povzame.

V: Originalno poročanje, razkrivanje škandalov, recimo, je velikokrat povezano s prestižem, statusom novinarja ali novinarstva. Kako je s tem na spletu?

O: Spletno novinarstvo je gotovo manj prestižno. Že s tem, da se ne pojavljaš pred kamero, se na nek način ponižaš oziroma si nekje nižje. Enako s tem, da se skrivaš za inicialkami. Mogoče so tu neke podobnosti s časopisnimi novinarji, ki tudi uporabljajo inicialke, a vendarle je drugače. Če oni objavijo nekaj agencijskih na dan, pa poleg tega svojo zgodbo, ti kot spletni novinar lahko ves dan objavljaš samo agencijske.

V: Kako se ti počutiš ob tem, kot pač novinar, ki v tej neki hierarhiji ...

O: Ja, dostikrat se počutiš kot »luzer«. Totalen luzer, itak, halo. Dostikrat kličeš nekoga, ti ne dvigne, vprašanja, kdo si ti, kaj si ti ... Medtem ko novinarju, ki ga pozna, se javi, mu razlaga, ker on to hoče, ker mu zaupa. Ti akterji, najsi bo politični, ekonomski, nimajo nobenega zaupanja do spletnih novinarjev.

V: Se ta hierarhija reproducira tudi znotraj novinarske skupnosti? Koliko spoštovanja dobiš od drugih kolegov v novinarstvu?

O: Sem doživel že vse živo, od totalnega ponižanja do ... Ok, nisem bil nikoli »na vrhu«, ampak sem doživel že enakopravnost, to pa ja.

V: Česa je več?

O: Več je ponižanja.

V: Kje se to najbolj izraža? Kako je na Popu, kjer delaš?

O: Tudi na Popu, ampak drugje mogoče še bolj. Imam izkušnjo iz RTV in tam komunikacije praktično ni bilo, razen z določenimi izjemami. Bilo je tudi nekaj primerov zelo slabe komunikacije, ampak enako je na Pop TV. Mogoče je na Pop TV več boljše komunikacije.

V: Kako misliš, da je na to vplivala odločitev, da se uredništva združijo?

O: Pozitivno je vplivala, zagotovo. Če drugega nič, se mi tam gledamo vsak dan. In ja, prepričan sem, da ker se vsak dan gledamo, nam je lažje enemu z drugim govoriti. Sem tudi začutil ta preboj, da se lahko pogovarjam ... S Katjo Šeruga, ki je na primer top novinarka na Pop TV, sem se normalno pogovarjal ... Zdaj, ko je bil recimo Putin, me je vprašala, kaj bi jaz njega vprašal. Tega si prej nisem mogel predstavljati. Nisem si mogel predstavljati, da bi me na RTV nekdo vprašal kaj takega, me ni, nikoli. Tako da ja, mislim, da fizična bližina pripomore. (Premor.) Mislim celo, da se da zreducirat spletno redakcijo, tudi 24ur.com, na manj ljudi in povečati aktivnost televizijskih novinarjev v smislu, da ko oni pišejo zgodbo, napišejo še nekaj za objavo na spletu. Mislim, da je v temu prihodnost. Ne gre ne brez njih ne brez drugih, ampak ta neka simbioza bi bila pa najboljša.

V: Ok, sodelovanje se je izboljšalo. Kako pa bi ga ocenil v primerjavi z nekim idealnim stanjem, ko bi vsi novinarji najbolj normalno komunicirali en z drugim vsak dan? Kakšno je realno stanje?

O: Čar novinarstva je v tem, da imaš ti neko ekskluzivo. In to ekskluzivo rabijo vsi, od televizijskih do spletnih novinarjev. Za njo se borijo eni in drugi. Jaz verjamem v to, da mora obstajati ena zdrava simbioza. Tisti, ki ima neko ekskluzivo, ok, naj jo prišpara zase, ampak naj pride do spletnega novinarja, ga opozori, mu pove za to, da bo on ob pravem času pripravljen na to. Vprašanje je, kako tempirati objavo. Jaz še vedno mislim, da naj vsak objavi prvi na svojem mediju, da je to najbolj zdravo. Res je, da če bo objavljeno na spletnem mediju, ga bodo takoj vsi povzeli in potem ob 7h ne bo imel več ekskluzive, ampak v vsakem primeru je še vedno tisti novinar, ki pač pride na dan z ekskluzivo, zaslužen za to.

V: Je to tudi dejansko stanje, kot si ga opisal?

O: Ne, ne. Dogaja se celo to, da prihaja do zmede glede pojmovanja ekskluzive. V ponedeljek se mi je zgodilo, da sem šel do televizijcev in jim težil, če so prepričani, da imajo ekskluzivo in so rekli, ja, imamo. Nakar se je izkazalo, da je ni, ker je čez 20 minut na STA prišla novica in je cela Slovenija imela novico še pred nami. Tako da čeprav smo bili prvi ...

V: Koliko je zaupanja med televizijci in vami, koliko vam zaupajo, da imajo ekskluzivo, tudi če je pač ne objavite?

O: To je odvisno od novinarja do novinarja. Na primer od tega, koliko je on pod stresom. Mogoče je tudi pod pritiskom zaradi urednika in se hoče pred njim izkazati, pa zaradi tega ne bo nič povedal. Lahko je tudi pač povzpetnež in hoče to obdržati zase. Dogaja se tudi, da skrivajo zgodbe, da hočejo »zataškati«, zato da jih ne bi kdo »prevzel«. Pa ne vem, zakaj ni tega zaupanja znotraj hiše, ker bi moralo biti.

V: Kako bi opisal njihov odnos do spletnih novinarjev?

O: V nekaterih primerih enakovreden, v večini primerov neenakovreden, ampak recimo približek temu, v manjšini so pa spet tisti ... Pač oba ekstrema sta prisotna. Prevladuje pa tisti srednji, neka rezerviranost, ...

V: Kako to vpliva na spletne novinarje?

O: Ja, ja, na njihovo samozavest, totalno vpliva. Novinar, ki ima neke kontakte, neko razpredeno mrežo, mu je to lažje, celo užitek delati, enemu spletnemu novinarju pa ni vedno užitek poklicati človeka in ga spraševati za mnenje in vedeti mogoče že vnaprej, da mu ne bo odgovarjal in tako naprej ...

V: Kako bi pa opisal odnos spletnih novinarjev do televizijskih?

O: Tudi je ... Predsodki so prisotni na obeh straneh. In teh predsodkov se tudi spletni novinarji dobro zavedajo, včasih še preveč dobro, v smislu, da sami sebi škodujejo, ker si ne upajo, nočejo biti ponižani ... Ampak je odvisno od človeka do človeka. Tudi sodelovanje. Nekdo ima na primer dobre odnose, nima slabih izkušenj ali pa redke in vse uredi brez težav, nekdo drug ima pa veliko slabih izkušenj. Je on sam kriv za to ali ne ... Spet odvisno.

V: Kako vidiš razlike med obojimi v odnosih nadrejenih do enih in do drugih?

O: Od nadrejenih nisem čutil nekih ponižanj ali zaničevanj, da bi bil na primer urednik informativnega programa zaničljiv do enega ali drugega medija.

V: Kaj pa odnos TV urednikov do svojih podrejenih in odnos spletnih urednikov oziroma urednice do svojih podrejenih?

O: Obstaja mogoče ta razlika, da ima spletni urednik mogoče malo manj zaupanja v svoje novinarje, zaradi tega, ker ... Zaradi načina dela, hitrosti, potrebne širine ... Ali je to upravičeno ali ne, ne vem, včasih je, včasih ni.

V: Kako se ti počutiš ob primerih sodelovanja, ti je v užitek ali ne?

O: Če greš delat zgodbo z enim televizijskim novinarjem, veš, da ta zgodba ni tvoja. In s tega vidika se užitek zmanjša. Takoj. Ni enakovredno. Ampak po drugi strani še vedno predstavlja določen užitek, da si boljši od drugih, ki nimajo teh informacij. Ni zdaj totalno grozno delati s televizijskim novinarjem, so določene pozitivne in negativne plati. Še vedno pa manj stresa in paranoj prinaša to, da delaš sam svojo zgodbo. V tem primeru tudi lažje sprejmeš slabe izkušnje in kritike kot kadar sodeluješ s TV novinarjem.

V: Koliko je prošelj TV novinarjev po sodelovanju?

O: Ni. To je v vsej Sloveniji še v povojih. Mislim, da smo pri nas kar začeli ... Par novinarjev je, ki pridejo in povedo, dajo dokumente, rečejo, dajte to objaviti, ker oni ne morejo v celoti objaviti na televiziji, mi pa lahko. Par je takih, ki se zavedajo te moči, nekaj je pa tudi takih, ki sploh ne pomislijo na to.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo, kakšno mora biti?



O: Idealno? Idealno je tako, da da urednik novinarju temo, ki naj bi jo obdelal in ne dobi napotkov, kako narediti, ampak mogoče le ideje. Novinar mora vsekakor poklicati oziroma kontaktirati obe strani. To je tisto idealno, objektivno novinarstvo, na katero prisegam. Ne prisegam pa na to, da ti urednik pove, moraš dobiti tega, moraš dobiti tistega, in potem bo tvoja novica dobra. Ne.

V: Koliko bi pa rekel, da se to uresničuje v spletnem novinarstvu oziroma pri tvojem delu?

O: Pri spletnem novinarju je tako, da ne more sam priti do vseh vpletenih, do vseh zaključkov, ker ima premalo časa, zato veliko tudi povzema po drugih. Tega je veliko.

V: Kaj pa objektivnost, uravnoteženost, zastopanje mnenj?

O: Ja, tukaj je vse mogoče. Skušáš, se trudiš, si želiš ... Ali prideš do tega? Ne, ne prideš. Redko. Ampak spet, ali so akterji tisti, ki niso zainteresirani, ali se urednikom ne zdi potrebno vse to, ali pa enostavno ne uspeš dobiti vseh vpletenih.

V: Če v nekem idealnem svetu teme za objavo določa pravica javnosti do obveščeniosti, javni interes, kaj določa objavo v spletnem novinarstvu, pri tvojem delu?

O: Všeč mi je to, da ne gre v objavo čisto vse, vsaka štorija, ki se pojavi, obstajajo zgodbe, za katere smo skeptični. Ampak na spletu se objavlja več kot na drugih medijih, drugje preverjajo, se poglobijo, se kasneje odločijo, ali bodo nekaj objavili ali ne. Spletnim novinarjem se pa večkrat zgodi, da objavijo nekaj, kar je bilo brezveze ... Narava medija je takšna, zahteva to od tebe, da moraš objaviti, če ne, te konkurenca prehiti, publika je pa lačna vsega tega.

V: Bi lahko na podlagi tega rekel, da se s tem načinom, ki ga spletno novinarstvo vpeljuje, funkcija novinarstva spreminja?

O: Se, se. Gre ravno za to, da spletni novinarji diktirajo tempo novinarstva. Začelo se je pojavljati, da se manj relevantne teme pokrivajo samo zato, da se pokrivajo. In enako se dogaja drugim medijem, da morajo štartati na neke teme, ki so manj relevantne, zgolj zato, da so »v igri«.

## Intervjuvanec Č

V: Zakaj te je novinarstvo privleklo, kakšne predstave o tem si imela?

O: Že ko sem bila v osnovni šoli, sem se navduševala, ko sem po televiziji gledala ... predvsem voditelje, novinarje ne toliko. In že takrat sem si rekla, joj, jaz bi pa tudi to počela. To je potem vso osnovno šolo ostalo z mano, tudi vso srednjo, a mi potem zaradi omejitve vpisa ni uspelo priti na novinarstvo. Tako sem prišla v Koper in dobila priložnost delati na radiu, kar mi je po svoje še bolj ustrezalo, da sem se bolj praktično preizkušala v tem ... In sem takoj rekla, vau, to je zame. To je to. Pač zanimivo mi je bilo, saj niti sama v bistvu ne vem, zakaj ... Začelo pa se je s tisto podobo voditelja na televiziji in željo, da bi bila tudi jaz na njegovem mestu. Potem je to sicer minilo in me je začelo bolj zanimati novinarstvo kot tisto pravo novinarstvo ... da podajaš zgodbe, ne pa le nekaj bereš.

V: V kolikšni meri, bi rekla, so se uresničile tvoje predstave iz osnovne ali srednje v tvojem sedanjem delu na 24ur.com?

O: Uresničene so v toliko, da pač kao delam kot novinarka. (Smeh.) No, saj nekaj je, to, da delam neke svoje zgodbe, kličem naokoli ... Sicer pa to, kar sem na začetku mislila, uu, bom na televiziji, tega ni več, nimam niti želje več, to so bile bolj otroške sanje ... Novinarstvo kot tako pa ... No, čeprav bi bila veliko raje na primer na radiu kot na spletu.

V: Zakaj?

O: Ne vem, se mi zdi, da vsi, ki so začeli na radiu ... jim ta nekako ostane prva ljubezen, ne glede na to, kam gredo kasneje delati. In ja, tudi jaz imam takšen občutek. Ne vem, boljše mi je bilo tam.

V: Rekla si, da te televizija ne mika. Zakaj pa to?

O: Hmm, ma mislim, da sem bolj sramežljiv tip človeka, včasih tudi zardim ... Si ne predstavljam, da bi tam kot en kuhan rak pred kamero ... (Smeh.) Tudi zaradi tega, ali pa predvsem zato. Na radiu lahko delaš isto, s to razliko, da nisi na očeh, enako na spletu.

V: Kako pa se počutiš tukaj, na tem delovnem mestu?

O: Hmmm ... Na trenutke je težko, ker ... Predvsem če se ne razumeš z ljudmi, ali pa če ima kdo prevelika pričakovanja ... Oziroma ima drugačne predstave o tem, kaj in kako bi ti moral kaj narediti. Sicer pa ... no, pa saj je v redu, ne morem se pritoževati.

V: Hočeš reči, da nimaš dovolj svobode pri delu?

O: Ja, pri določenih stvareh se mi zdi in to me malo moti ... Ampak sem zelo nekonflikten človek. Če na primer napišem nek članek in redaktor potem zahteva nekaj drugega, povem svoje mnenje, glej, meni se zdi, da je tako prav, in če potem še vedno vztraja, to naredim, spremenim. Na živce pa mi gre, ko nekdo kar sam mimo tebe spreminja ... Tu pride tudi do konfliktov ... Ker še vedno si ti podpisana pod članek in takšna poseganja ... Ni v redu, da

drugi posegajo vanj, ne da bi te kaj vprašali. Ampak nisem takšen človek, da bi ustvarjala težave in se potem grdo gledala z nekom dva meseca ... Raje pač pozabim.

V: Se ti zdi, da je tvoje delovno mesto zaželeno, da si veliko novinarjev želi to delati?

O: Ne ... Jaz mislim, da spletni novinar je najbolj ... Najmanj cenjen znotraj novinarstva. Vse ostalo, vsi drugi so bolj. Televizija itak najbolj, kao, grem se malo pokazat, pa bom slaven, radio je prav tako dosti bolj prestižen, že zaradi tradicije, ta internet je pa tako ... Ljudje si mislijo, da mi samo nekaj »kopipejstamo«, saj ne rečem, tudi tega je veliko, ampak nekaj moraš pa tudi ... Pokličeš okrog, delaš tudi svoje zgodbe ... Je najmanj cenjeno, to je dejstvo, to nam dajo vedeti tudi ... drugi.

V: Kdo konkretno?

O: Na primer naši kolegi iz oddaje 24UR. Kar pogosto se pojavijo kakšni konflikti ... Oni tam govorijo, joj ta 24ur.com, to narobe, tisto narobe, ... Zgodilo se je, da smo imeli ekskluzivo, pa so bili spet nesramni, da zakaj jim nismo dali, da to jim moramo dati. In potem rečejo, mi nimamo časa gledati vaše spletne strani, po drugi strani pa se vsak dan pogovarjajo – Žurnal ima to napisano, Žurnal ima tisto napisano ...

V: Jim res niste povedali za ekskluzivo?

O: Ne vem, jaz takrat nisem delala. Mislim pa, da je bilo tako, da je sodelavka hotela to pač čim prej objaviti in ni zdaj takoj letela k televizijcem, da jim to pove ... Itak pa predvidevaš, da bodo zadevo opazili na naši spletni strani ...

V: Ok, k temu se še vrnemo. Najprej me zanima tvoje mnenje o tem, zakaj je spletno novinarstvo, kot si že rekla, manj prestižno. Je to upravičeno?

O: Po eni strani je upravičeno, predvsem če primerjam to s televizijskimi novinarji. Ker pač mi nimamo terenskega dela, »pobereš« pač tisto, kar pride na STA ... Medtem ko novinar, ki je na terenu, dobiva svoje informacije, bolj poglobljene ... To mislim predvsem glede notranje politike. Kar se tega tiče, se strinjam, da je spletno čisto ... »out«. Kar se pa zunanje politike tiče, pa ... mislim, da ni bistvene razlike med nami in med televizijci. Ker pač tudi oni dobivajo informacije preko tujih medijev, razen če imajo seveda dopisnike. Tako da to se mi ne zdi upravičeno. Glede notranje politike pa ja, se strinjam, saj mislim, da se vsak ... Če bi hotel imeti spletno uredništvo konkurenčno tudi radiu in televiziji, bi moral imeti več ljudi, da lahko hodijo na teren ... Da se dela na kvaliteti, ne na kvantiteti.

V: Ali to pomeni, da je lažje delati na spletu kot na primer na televiziji?

O: Ne vem, če ... Ne bi rekla, da je tako. Na spletu je tako, da moraš zadeve spremljati non stop, če se kaj zgodi, moraš takoj reagirati, takoj objaviti novico. Na televiziji pa ... Oni ob 11. uri vidijo, da so bin Ladna ubili, potem imajo pa do 7h čas pripraviti ta prispevek. Imajo torej več časa, da lahko bolj poglobljeno pripravijo, več informacij pregledajo in preverijo, strnejo, mi pa moramo ves čas spremljati, dodajati, spreminjati, osveževati. To je veliko bolj naporno, veliko bolj.

V: Kaj pa glede pomembnosti? Se ti zdi, da spletni novinarji ali pa ti konkretno, se ti zdi, da opravljaš pomembno delo?

O: (Smeh.) Meni se novinarstvo zdi pomembno, ampak sama se nimam za ... Ne zdi se mi, da sama opravljam pomembno delo. Ker nihče tega ne ceni. Že v družini se na primer soočam z nerazumevanjem. Že Pop TV na sploh se jim zdi strašno komercialen, da o spletu sploh ne govorimo. Že zaradi tega me gledajo malo tako ... Ravno zadnjič se je zgodilo, ko smo dobili viktorja ... Tašča mi je čestitala in bila vsa navdušena, tast je bil pa zgrožen, oh, kdo sploh bere tisto, jaz nikoli niti ne pogledam, tisto je itak »kar nekaj« ... Saj mene tudi moti, da imamo na primer toliko rumenih vsebin, saj kaj naj ... Včasih mi je neprijetno sploh povedati, kje delam. Ne toliko, kaj delam, ampak kje.

V: Torej je bolj problem 24ur.com, ne toliko samo spletno novinarstvo?

O: Ja, ja, to je zaradi naše strani. Saj spletno novinarstvo ... Mislim, da ljudje na primer MMC, ki je prav tako spletni medij, vseeno drugače dojemajo in sprejemajo, ga bolj cenijo kot pa na primer našo stran. In to prav zaradi tega, ne zaradi novičarskih člankov, ki so po mojem kar kvalitetni, ampak bolj zaradi vseh teh mikrostrani, zaradi tračev ... Mislim, da naši članki, sploh tisti, ki jih naredimo sami, ki so naše originalne zgodbe, so dobri, kvalitetni.

V: No, če si že glede lastnega dela skromna, koliko je po tvojem mnenju spletno novinarstvo pomembno za drugo stran, za odjemalce, za ljudi? V primerjavi z na primer televizijskim, če ga že ves čas postavljamo ob bok.

O: Glede na to da smo v takšnem času, ko je splet na vrhuncu, mislim, da se veliko ljudi informira prav preko spleta. Če bi gledala na primeru sebe kot uporabnika, ne morem reči, da sem človek spleta in če ne bi delala tukaj, ne bi brala spletnih novičarskih portalov. Počakaš na poročila ali pa prižgeš radio, pa je. Je pa vse več mladih, ki hodijo po informacije na splet, uslužbenci javne uprave, recimo tudi, ... Zato mislim, da je pomemben, ker ljudje hočejo informacije, in to čim prej. Če na primer zjutraj na radiu slišijo, da so bin Ladna ubili, gredo takoj, ko pridejo v službo, na splet po dodatne informacije.

V: Če bi lahko eno stvar spremenila pri svojem delu, kaj bi to bilo? Kaj te najbolj moti na delovnem mestu?

O: Kot prvo zagotovo odnos hiše do nas, ki se kaže na primer skozi naše pogodbe. Zdaj imamo spet pogodbe samo za tri mesece.

V: Je ta odnos hiše drugačen do spletnih novinarjev kot do televizijskih?

O: Ma mislim da imajo tudi oni iste probleme. Imajo sicer nekaj svetlih izjem, ki imajo pogodbe takšne, kot bi jih moralo imeti vsi. Mislim da kar se tega tiče, nismo diskriminirani. (Premor.) Hmm, kaj bi še spremenila. Verjetno to glede resnosti spletne strani in vsebin na njej. Danes smo na primer imeli novico o tem, da Suzana Jakšič moli za slovenske vojake v Afganistanu. Kdo sploh je to?! Zakaj mormo to žensko promovirati? Seveda, ker smo podpisali pogodbo z njo ... Mene to ful moti. Pa tudi to, seveda ... Da ne bi samo »kopipejstali«, ampak da tudi greš na teren ... Da bi malo bolj hodili okrog. Ampak da se ti to

tudi šteje. Na primer, če imam novinarsko konferenco ob 11h, bom prišla ob 10h, oddelala in šla domov, ne bom pa zaradi tega prišla oddelat celih osem ur, kot je to praksa zdaj. To mi manjka, da bi delala bolj lastne zgodbe.

V: Koliko je pa to spodbujano, koliko je nagrajeno, s finančne plati in tudi sicer?

O: Nič. Na primer prejšnji mesec je imelo kar nekaj novinarjev svoje lastne zgodbe in prispevke. In nam je šefica na sestanku rekla, ker zdaj po novem zbiramo novinarja meseca, da bomo imeli težko delo, ker smo imeli dosti svojih prispevkov. In potem je rekla, ne bom naštevala, da koga ne pozabim. (Pomenljiv premor.) Če ima samo kakšen določen, je po drugi strani vedno pohvaljen in omenjen. Ni tiste pohvale, da bi bila za vse enaka, da bi bilo to enakovredno, so samo določeni. Kar se finančnih nagrad tiče, kolikor vem, jih ni. Čeprav zadnjič je rekla, da naj te dodatne stvari napišemo v poročilo, tako da mogoče celo bo kakšna spodbuda.

V: Kakšne so po tvojem mnenju podobnosti in razlike med temi tradicionalnimi novinarji in med spletnimi, med potrebnimi znanji, veščinami?

O: Ja, gotovo so razlike. Tisti tradicionalni, ki hodijo na teren, morajo biti dosti bolj zgovorni, komunikativni, urejeni, tudi vizualno. Tudi jezik, izražanje mora biti bolj pravilno pri njih, na spletu lahko tudi po prekmursko ali ajdovsko zavijaš, pa te nihče ne bo grdo gledal. Saj pisat pa itak moramo znati vsi oziroma sestavit nek članek, ne glede na to, ali delaš za televizijo, radio ali splet.

V: Kaj pa morajo spletni novinarji imeti, česar tem drugim ni treba?

O: Sama najbolj cenim to, da so ljudje hitri. To se najbolj vidi, ko na primer pride nekdo nov. Zadnjič sem delala tako z eno, ki je šele nekaj mesecev pri nas in redaktorica ji je ob 15h rekla, naj naredi fotogalerijo za neko novico, pa ob 19h ta še ni bila narejena. Redaktorica je seveda popenila. Spletni novinar pač mora biti hiter. Mora poznati nekaj tujih jezikov, da zna hitro prevesti stvari. Nenazadnje se mora tudi vklopiti v tim. Saj to je itak povsod, ampak tukaj se mi zdi še bolj pomembno, ker si konec koncev osem ur ves čas skupaj.

V: Se ti zdi, da je spletni novinar lahko vsak? Je televizijski novinar lahko vsak?

O: Težko bi se strinjala s tem, ampak na podlagi tega, kar vidim, da se dogaja ... Če pogledam izobrazbo, je v našem uredništvu več takšnih, ki nimajo novinarske izobrazbe. Če pogledamo realno, imamo tudi mi nekaj takšnih ... Ma ja, lahko je vsak, se mi zdi.

V: Kako si sicer zadovoljna s svojim položajem, kako si zadovoljna s plačo, na primer?

O: Glede na to, da smo tukaj od petka do svetka, od zgodnjih do poznih ur, tudi ponoči, če se kaj zgodi, mislim, da bi nam lahko dali več. Sicer pa v primerjavi s kakšnimi Murinimi delavkami imamo kar v redu plačo.

V: Kako bo jo ocenila v primerjavi z drugimi novinarji na tradicionalnih medijih? Kako bi ocenila njihove pravice v primerjavi s pravicami spletnih medijev?

O: Težko bi rekla, ker se o tem ravno ne pogovarjam z drugimi novinarji. Ampak kot si sama mislim, bi rekla, da ... Ko je znana novinarka prestopila na Pop TV, vem, da sem prebrala, da so ji ponudili takratnih 400.000 tolarjev mesečno. Tako da ja, televizijski novinarji imajo dosti višje plače. Glede tega se mi mogoče ne zdi pošteno ... Čeprav, ne rečem, saj so cele dneve v službi, ampak delajo pa ravno toliko kot mi, včasih še manj, poleg tega si lahko privoščijo malico, kosilo, dvajset čikov ... Mi nimamo tega. Lahko greš za pet minut na čik ali dva, ne moreš pa it za eno uro na kosilo. Če si prineseš kaj s sabo ali si greš iskat na avtomat, potem to poješ nad tipkovnico, ampak v tem času tudi pišeš, bereš, celo dvigneš slušalko s polnimi usti. (Smeh.) Potnih stroškov tudi nimamo plačanih, ne vem sicer, kako je z ostalimi, ampak mislim, da kaj že dobijo.

V: Kako je z odnosom nadrejenih?

O: Kakšnega spoštovanja ni. Naša urednica sicer nima ravno nekega spoštovanja do nas, ni pa tudi tako, da kriči in se spravlja na nas. So bili tudi takšni časi, ampak tega ni več. Kar se pa drugih nadrejenih tiče, na višjih pozicijah v tej hiši, pa ni nobenega spoštovanja, mislim, da je preveč utopično pričakovati, da bi ga kdaj lahko sploh dobili.

V: Zakaj?

O: Ne vem, ker spletni novinar je, tudi po mojem mnenju lahko vsak, in to imajo tudi oni v glavi. Ker si mislijo, da mi samo nekaj kopipejstamo, damo v aplikacijo in damo na splet, in zakaj bi potem imel ti neko spoštovanje do enega takšnega novinarja? Takoj ko končaš osnovno šolo, lahko v bistvu prideš to početi.

V: Ok, ampak rekla si, da na primer televizijski novinarji vsak dan pregledujejo Žurnal24. Kje je potem logika? Imajo zamere zgolj do 24ur.com?

O: Ne vem. Mislim, da oni nas, ki nas imajo zraven, gledajo zelo zviška in da nas mogoče tudi kot osebe, ne le kot novinarje, ne cenijo. Saj ne rečem, niso vsi takšni, nekateri pridejo, se pogovarjajo z nami, ampak večinoma pa nas kot osebe ne spoštujejo, našega dela pa sploh ne. Zato po mojem hodijo na Žurnal, ker si mislijo, uau, oni so pa veliko bolj hitri ali kaj ... Njih ne vidijo, ne vedo, kako delajo, pa imajo zato mogoče boljše mnenje. Ne vem, ni mi jasno. Če imaš nekoga tam, blizu, boš očitno šel raje do njega, na spletno stran hiše. Zakaj pa mi gledamo Pop TV in ne nacionalke ob 7h zvečer?

V: Kako pa spletni novinarji gledate na televizijske novinarje?

O: Jaz lahko rečem, da jih imamo za ene take »luftarje«. Ob njihovem obnašanju si človek ne bi mislil, da so intelektualci. Samo na sploh bi pa rekla, da imamo nek določen »rišpekt« do njih, saj ne vem, zakaj. Ne vem, zakaj. Delamo praktično isto. Zaradi tega najbrž, ker so vendarle na televiziji, jih ljudje poznajo, mi moramo dodajati njihove prispevke na našo spletno stran ... Če ne bi imeli spoštovanja, gotovo ne bi tega počeli. Tukaj je na primer zgovorna primerjava s Svetom na Kanalu A, njihovih prispevkov dosti manj pride na spletno stran. Do te oddaje nimamo toliko spoštovanja kot do televizijskih novinarjev, to se vidi. Pa če pogledaš obe oddaji, sta obe na ljudski način narejeni, ne samo Svet. Zato mi ni jasno, zakaj bolj spoštujemo ene, drugih pa ne.

V: Kako se potem počutiš v tem novem združenem uredništvu? Kako se spletna ekipa na sploh počuti?

O: Odvisno. Če imajo kakšne izpade, kot je bilo to okrog novega leta ... Takrat ti je malce ... Mi imamo raje mir, mi moramo delati in si ne moremo privoščiti, da bi tam nazdravljali vsakih pet minut. Sicer pa mislim, da je to prineslo tudi dosti dobrih stvari, predvsem več komunikacije. Tudi če malo govorimo čez njih, greš večkrat do njihovih novinarjev, povprašaš za informacije, številke, ker ga pač enostavno vidiš tam, blizu. Prej smo bili popolnoma ločeni, jaz pol ljudi sploh poznala nisem. Zdaj pa veš, kdo je kdo, kdo kaj pokriva, nekateri so zelo prijazni, se vse da zmeniti ... Ostali pa ... Do njih potem raje niti ne greš.

V: Česa je več?

O: Ma, vseeno so bolj prijazni kot ne. Če jih greš nekaj vprašati ... Prevlada ta nek človeški odnos, ne more ti kar reči, pojdi stran, nimam časa ... To se včasih zgodi, ampak predvsem po telefonu, ko jih kličeš na teren.

V: Bi rekla, da imajo nek kompleks večvrednosti?

O: Ja, zihr. To se vidi že po tem, kako se obnašajo do nas. Televizijo pač še vedno gleda več ljudi, do nas je pa en tak odnos, vi ste »nobody«, tam tisto tipkate, ... Ja, itak.

V: Rekla si, da vi pristopate do njih, ker rabite neke dodatne informacije. Koliko je v obratno smer prošenj po sodelovanju?

O: Pa spet odvisno. Kakor kdo, določene osebe so, določene nikoli ne bodo prišle, ker jim je to pod častjo. Nekateri tudi razumeš, ker imajo pač toliko virov, informacij, da te enostavno ne rabijo. Je pa tako, da hodimo mi veliko več k njim kot pa oni k nam.

V: Zakaj?

O: Ja, kot prvo, zato ker imajo večinoma oni material, ki ga mi nimamo. Oni hodijo na teren, mi pa ne. Oni imajo tudi informacije, ki jih mi čakamo na STA lahko tudi dve uri. Oni pa ... Hm, saj ne vem, po kaj pridejo. (Premor.) Aja, po številke pridejo. Včasih se jim tudi ne da klicat koga, pa nas pridejo vprašat, kaj je nam povedal. Tako, če rabijo kakšno malenkost.

V: Kako se počutiš ob tem, ko oni pridejo do tebe in te vprašajo kakšne stvari? Se počutiš kot kompetenten sogovornik ali te blokira trema?

O: Mislim, da ti to, ko nekdo pride k tebi, dvigne samozavest, ker se ti zdi, da si nekaj dobro naredil. Zdaj pa, kako se pogovarjaš z njimi, je pa čisto odvisno od vsakega posameznika. Z nekaterimi se lahko normalno pogovarjaš, z nekaterimi pa tudi imaš malo treme, ne rečem.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo?

O: Ti moraš pisati objektivno, ne smeš biti opredeljen. Informacije moraš podajati tako, da predstaviš vse enako. Torej objektivnost, pa preverjanje informacij. Verodostojnost ...

V: Koliko se pa to dejansko udejanja v tvojem oziroma vašem delu?

O: Kar se verodostojnosti tiče, če dobiš informacijo na STA, ti ne moreš vsega preverjati, moraš pač zaupati STA. Razen če se zgodi nekaj res pomembnega, preveriš, na primer, da je Pahor odstopil, v tem primeru pokličeš njega in preveriš. Nekaterih stvari pač ne preveriš, ker jih ne moreš ali pa ni časa za to. Po drugi strani pa ne objaviš kar karkoli se pojavi na spletu, za bolj vprašljive informacije, pri čemer to velja bolj za zunanjo politiko, na primer počakaš, da vidiš, ali bodo novico objavili tudi bolj verodostojni spletni časopisi, agencije ... V notranji politiki pa pred objavo definitivno preveriš bolj nenavadne dogodke, ki naj bi se zgodili. Si ne boš delal sramote. Čeprav smo si tudi že jo, z objavo kakšnih orkanov v Kamniku in podobno.

V: Če v idealnem svetu objavo oziroma neobjavo določa interes javnosti oziroma pravica javnosti po tem, da izve relevantne stvari, ki oblikujejo javno sfero, javno mnenje in vplivajo na odločitve o politiki, kaj določa objavo na 24ur.com?

O: Branost. Klik. Če se bo bralo, se bo objavilo. Imamo tudi kakšne take novice, ki jih noben drugi medij ne bi objavil, preprosto zato, ker vemo, da bodo klikane. In potem iz takšnih novic, ki itak niso sploh relevantne zgodbe, skušamo delati še naprej neke zgodbe, samo zato, da bodo klik. Klik, klik so tisti, ki odločijo.

V: Se ti zdi, da ta drugačna uredniška politika spreminja tudi tisto neko klasično funkcijo obveščanja ljudi o relevantnih stvareh?

O: Po eni strani mislim, da je ta funkcija še bolj poudarjena kot na drugih medijih, ker je več novic, neomejen prostor in čas, lahko objaviš več kot na primer na televiziji ali v časopisu.



## Intervjuvanec D

V: Kako ti je všeč biti spletna novinarka?

O: Uf, široko vprašanje. Tu, v našem uredništvu, kjer lahko primerjamo spletne in televizijske novinarje, bi rekla, da me televizijsko delo ne privlači in tega ne bi delala ...

V: Zakaj pa ne?

O: Zdaj, ko smo skupaj v istem prostoru, vidim, kako vse skupaj poteka. In ti pritiski, da ob 7h mora biti vse narejeno, pa včasih pač ni, zataji tehnologija, ne uspeš vsega ... In potem dretje, problemi, slaba volja ... Ta vidik mi ni všeč. Čeprav pri spletnem je tudi časovni pritisk, pa se mi vseeno zdi, da je malo drugače. Če primerjam to dvoje, mi je spletno boljše. Izkušnje imam itak samo s spletnim novinarstvom ... Bi mi pa definitivno bolj ustrezalo, da imam eno temo, eno področje, čas, da se temu posvetim. Ker zdaj je v bistvu tako, da delaš vse. Ok, imamo sicer redakcijo, ki pokriva šport, eno, ki pokriva rumene novice, ampak mi pa delamo vse, Slovenija, svet, gospodarstvo. Kdor ima čas, naredi, kar pač je v tistem trenutku na vrsti, aktualno. Ne glede na to, ali ti je všeč, te zanima, sploh kaj veš o tem, ... Ni pomembno, v tistem trenutku se moraš pozanimati, če ne veš, in narediti prispevek tako, kot da veš, o čem govoriš. Fajn bi bilo, če bi vsak imel svoje področje, ker vsak ne more vedeti vsega o vsem, ampak ker smo številčno omejeni ...

V: Si si, preden si začela delati, predstavljala novinarsko delo tako, kot ga zdaj opravljaš?

O: Jaz sem v to novinarstvo slučajno padla. Študirala sem sociologijo ... Nekih velikih predstav nisem imela. Je pa res, da začetki tukaj na 24ur.com se zelo razlikujejo od tega, v kar se je ta portal razvil. Takrat ko sem jaz začejala, pa recimo, da so bili to sploh začetki našega portala ... Portal je sicer že nekaj časa bil, ampak bolj podaljšek televizije. Takrat ko sem jaz prišla, torej pred petimi leti, je pa vsak res vse delal, tudi šport in rumene novice, bilo je večinoma »kopipejst« STA, kar je bilo zunanje politike, pač tuje spletne strani in Reuters, sodelovanja s televizijo skoraj sploh ni bilo. Tako da ... ne vem, če bi tistemu sploh lahko rekli novinarstvo.

V: Koliko je pa »pravega novinarstva« zdaj?

O: Zdaj ga je definitivno več, je pa odvisno od tega, koliko se posameznik zavzame, pa koliko časa imaš. Lahko rečem, da ni samo kopipejst, je ... Če imaš neko temo, greš lahko na teren snemat, lahko pokličeš za izjavo, imaš več različnih virov. Je novinarsko delo, ne vedno, ne pri vsaki novici, se pa najde novica, za katero lahko rečeš to.

V: Koliko bi rekla, da je novinarskega dela v primerjavi s televizijskimi novinarji?

O: Televizijsko in spletno novinarstvo sta zelo težko primerljiva. Ker televizijski novinarji delajo eno novico na dan, mi pa delamo osem novic. In je zelo težko primerjati takšna dva različna svetova. Tudi televizijski novinarji nimajo neke predstave o tem, kako mi delamo, čeprav se je to mogoče malo spremenilo v tem skupnem uredništvu, jim je malo bolj jasno.

V: To pomeni, da gre za dva popolnoma različna profila novinarjev?

O: Ja, jaz bi rekla, da ja. Mogoče je razlika tudi to, da ... Nazadnje smo na primer imeli predavanje pri enem finančniku, o financah, o tem, kako bi lahko poročali o financah. In je rekel, ko je imel potem nas, spletne novinarje, da kakšna je razlika med nami in televizijci, da smo mi veliko bolj tihi, da se vidi, da delamo iz ozadja, medtem ko so na televiziji bolj agresivni, se bolj izpostavljajo ... Tako da gre tudi za različne osebnostne lastnosti, mogoče ta želja po izpostavljanju, medtem ko če si spletni novinar, si v ozadju, anonimni ...

V: Se ti zdi, da se na podlagi tega mogoče vzpostavlja hierarhija med novinarji? Kako pomembno se ti zdi tvoje delo in tvoj prispevek k novinarstvu?

O: Ja, to je spet tako. Se mi zdi, da televizijski del gleda na nas bolj zviška in da mogoče je za njih edino pravo novinarstvo televizijsko in da na splet gledajo v smislu, aha, sej ti pa itak samo »kopipejstajo«. Meni se pa zdi, da je ... Predvsem pri avtorskih zgodbah, se mi zdi, da prispevaš in je novinarsko delo ... Je pa res, da je način dela takšen, da je veliko novic zelo na hitro narejenih, ker je pač treba zapolniti določeno kvoto. So novice, ki pač morajo biti gor, in to je to.

V: Govoriš o odnosu med novinarji znotraj Pop TV. Bi lahko ta do neke mere podcenjujoč, kot sama praviš, odnos lahko primerjala tudi zunaj te hiše, z odnosom nespletnih novinarjev do spletnih širše, bolj splošno? Ali je to omejeno na Pop TV?

O: Ja, mogoče bi lahko posplošila. Spletno novinarstvo je dejansko še v razvoju. Pa tudi to prispeva, da je vsak lahko novinar. Jaz verjamem, da izobrazba vseeno nekaj doprinese k delu. Ampak ja, na spletne novinarje se gleda tako ... Saj vsak lahko tisto nekaj prevede. Ampak se mi zdi, da se tudi to počasi spreminja, da splet postaja vse močnejši, spletno novinarstvo tudi, da bo bolj pridobilo na veljavi ...

V: Ok, če je spletni novinar lahko vsak, kaj mora potem imeti televizijski novinar? Kako se ločijo eni in drugi, v čem so si podobni?

O: Pri spletnem novinarstvu je tako, da si kar malo multipraktik. Ni tako, da zgolj napišeš novico in konec, ampak ima splet svoje zahteve, moraš uporabljati fotografije, avdio, video, moraš znati tudi zmontirati ... Nisi tudi osredotočen samo na pokrivanje ene teme, ampak moraš biti hkrati tudi pri drugih stvareh.

V: Po tej logiki je to delo še zahtevnejše od dela nekega tradicionalnega novinarja ...

O: Mogoče, ja. Ja, definitivno. Mi smo tukaj že toliko časa, ampak imamo ves čas neke novosti, ki jih moramo osvojiti ... Tako da v tem smislu je zahtevnejše, gotovo je.

V: Zakaj potem obstaja ta nek podcenjujoč odnos drugih, nespletnih novinarjev?

O: Zato ker je spletno novinarstvo relativno novo, nima takšne tradicije kot televizija ali tiskani mediji.

V: Kakšne so razlike med televizijskimi oziroma nespletnimi in spletnimi novinarji, kar se tiče plače, pravic, odnosa nadrejenih ...?

O: Način dela je čisto drugačen. Pri spletnem novinarstvu je tako, da moraš ti svoj osemurni delavnik dejansko odsedeti. Medtem ko televizijski novinarji pridejo zjutraj na sestanek, se zmenijo, kaj bodo počeli ta dan, gredo na teren, čakajo na sogovornika, pridejo s terena, montirajo ... Dejansko je čisto drugi način dela. Medtem ko na spletu moraš ti ... Si prikovan pred računalnik, da ti kaj ne bo ušlo, da boš prvi nekaj objavil, moraš klikati, osveževati ...

V: Razumeš to dogmo hitrosti, ta trud, da boste prvi ... Je to mogoče malo v ekstrem prignano?

O: Šlo je v ekstrem, ker smo postali najbolj brana spletna stran in zahteve so vse večje. Ratingi morajo iti samo navzgor, navzdol ne sme, sicer je takoj nekaj narobe. Zahteve so takšne, da moramo biti vedno prvi, če ima kdo drug kaj prej, so vedno potem vprašanja, kaj se je zgodilo, zakaj mi nismo imeli prej. Ta tekma definitivno je.

V: Ampak novinarstvo je usmerjeno v bralce. Koliko to njim pomeni?

O: Po mojem ne prav dosti, po mojem je to tekma med mediji in medijskimi hišami ... To razliko opazijo novinarji, povprečen bralec pa nima tega občutka. Težko rečem, ker sem že toliko vpletena, ampak kolikor se pogovarjam z ljudmi, mislim, da jim to ni pomembno, ne zaznavajo na takšen način.

V: Ok, vrniva se na pravice in razlike med spletnimi in televizijskimi oziroma nespletnimi novinarji.

O: Novinarstvo je na splošno v slabem stanju glede urejanja pogodb, statusov, novinarji so težko zaposljivi ... In to je res, to je še vedno. Mogoče je logika v tem, da se novinarji hitro selijo z medija na medij. Ampak če gledamo te neke razlike, mislim, da kar se plače tiče, gotovo so razlike. Na televiziji so gotovo bolje plačani, sploh tisti najbolj prepoznavni. Ne vem sicer, kakšne so razlike med tistimi malo slabše plačanimi in med nami, ampak mislim, da so. Gotovo so razlike. Televizijski novinar je v vsakem primeru bolje plačan.

V: Upravičeno?

O: Ne. Ne. Mislim, odvisno. Tisti novinar, ki je dejansko uveljavljen, ima neko ime, je oseba, ki razkriva neke stvari, zanj je upravičeno. Če ima svoje vire in kaže na neke nepravilnosti, potem je prav, da je dobro plačana. Ampak kar se tiče našega dela, glede na to da je in nočno in popoldansko in vikendi in prazniki, ni plačilo ravno ... Bi lahko bilo veliko bolje. Tudi zaščite ni nobene.

V: Kaj pa ostale pravice?

O: Pravic pa sploh ni. Upravičen naj bi bil do 20 minut pavze v osemurnem delavniku, ampak se velikokrat zgodi, da nimaš možnosti, da bi jo izkoristil, moraš pač biti na svojem delovnem mestu. Takšna politika je, da si ne moreš privoščiti, da bi šel na daljšo pavzo. Ok, imaš pravico do dopusta in do bolniške, ki je plačana. Ampak ... Si na avtorski pogodbi pač.

Vprašanje pa je, kaj bi se zgodilo, če bi resno zbolel, če ne bi mogel priti pol leta v službo. Poleg tega so večji del naše redakcije ženske, kar pomeni, da bodo verjetno nekoč mamice. Ampak dejstvo je, da ti na porodniško ne moreš. Pa tudi če imaš otroka, ob takšnem urniku si težko predstavljam, kako to usklajuješ. Ta naš urnik se mi zdi bolj primeren za študente, za delo ob študiju, ker neko družinsko življenje je težko usklajevati.

V: Kaj pa delo, je tudi primerno za študente ali potrebuješ neke veščine, izkušnje za to?

O: Jaz itak mislim, da se vsako stvar lahko naučiš in če te pač nekaj zanima in si resen, se naučiš, si nabiraš izkušnje in si lahko tudi dober v tem. Je pa definitivno to delo takšno, da ni ravno najbolje, če ti ves čas prihajajo novi ljudje. Ker je toliko specifično, da vseeno nekaj časa rabiš, da se ga priučiš in da se naučiš vse te majhne stvari, ki ti sčasoma sicer postanejo samoumevne, na začetku pa zanje kar rabiš čas. Tako da je fajn, da je neka stalna ekipa, a očitno šefi niso toliko prepričani v to, da bi ti ponudili pogodbo in pogoje, zaradi katerih bi hotel ostati.

V: Je to specifično za spletno uredništvo, je za televizijske novinarje drugače?

O: Mislim da je zanje vseeno drugače. Kot prvo, so bolj izpostavljeni in si lahko renome ustvarijo, so bolj prepoznavni. Pri nas je to težje. Zato ja, se mi zdi, da je za televizijce malo drugačna politika.

V: Kako ti je všeč novo združeno uredništvo, kakšno je vzdušje?

O: Pa tako, mislim, da si nismo prav posebej všeč. Oni so bolj glasni, se izpostavljajo, delajo bistveno drugače kot mi, ki moramo ves čas nekaj spremljati ... In mogoče res izgledamo tam kot ene sive miške, ker moramo ves čas nekaj tipkati, zato mogoče gledajo na nas kot da smo malo čudno. Oni pa, ker so včasih tečni in glasni, gredo nam na živce. Dobro je pa to, da slišiš, kaj bodo delali, kako bodo delali, kakšne informacije priletijo, česar prej ni bilo, ko smo bili ločeni. Tako da so tudi pozitivne stvari.

V: Kakšni medsebojni odnosi vladajo?

O: Odvisno je od osebe do osebe, ampak na splošno pa ta naš portal jemljejo kot neko celoto. Tam pa lahko najdeš tudi manj resne, smešne, neumne novice in tako naprej ... To v njihovih očeh, pa tudi v očeh bralcev, mogoče niža kredibilnost in zato gledajo malo zviška na nas, kot da nismo ravno kredibilni ... Se mi pa zdi, da se tudi to počasi spreminja. Čeprav prihaja še vedno do smešnih situacij. Grede na primer na spletno stran Žurnal24, pa ugotavljajo, kaj Žurnal ima in nima, čeprav imamo mi na primer več o nečem in smo imeli celo prvi ... Ampak to je spet čisto odvisno od sebe.

V: Kaj pa odnos spletnih novinarjev do televizijskih?

O: Tudi to je odvisno ... Večina teh novinarjev ima zelo velik ego. Z nekaterimi je lažje komunicirati, z nekaterimi težje, kakšni so upravičeno ponosni in naduvani, kakšni pa pač ne. Ampak v splošnem bi rekla, da imamo spletni novinarji večje spoštovanje do njih kot pa obratno, sploh do nekaterih ... Celo strahospoštovanje, a mislim, da se to počasi spreminja.

Razlog je verjetno tudi to, da je ta hiša v principu televizijska, spletni portal pa je nek privesek, ki je naredil svoje, je dober, ampak to je televizijska hiša.

V: Koliko je sodelovanja med vami? Se je to izboljšalo s selitvijo v isti prostor?

O: Še vedno ni neke integracije, sodelovanja na vsakodnevnih ravni. V bistvu je pač ... Večinoma je tako, da mi njih rabimo kot pa mi njih. Če gre nek novinar na teren, si ti odvisen od njegovih informacij, zato mu težiš. Imamo sicer enega novinarja, ki hodi na teren, ampak ... Redko se zgodi, da bi oni ... Da bi mi imeli določene informacije, ki jih oni nimajo. Če pa imajo kakšno ekskluzivo, pa itak ni šans, da bi mi to pred oddajo objavili.

V: Kako poteka sodelovanje, so pripravljeni pomagati, so odprti? Poteka to gladko?

O: Pa tako ... Jaz na primer, če jih pokličem, so prijazni, se da komunicirat z njimi. Včasih je bilo drugače, včasih ti jih je bilo težko poklicati, zdaj pa niti ne več. So se tudi oni malce privadili, čeprav se mi zdi, da oni še vedno gledajo na to kot na nekaj ... Kaj me zdaj motiš, nimam časa, kaj mi težiš.

V: Je mogoče kriva tudi ta neka slaba vest spletnih novinarjev?

O: Ma ja, mogoče res. Ti kličeš tega novinarja, ki je na primer na nekem protestu delavcev in že takoj se začneš opravičevati, joj, sori, ampak a mi lahko lepo prosim poveš ... Ja, je ta občutek, da mu ti zdaj kar nekaj težiš, on pač opravlja tam svoje delo. Ni te logike, da bi na primer on poklical in povedal, da se je nekaj zgodilo. Včasih, ampak zelo redko.

V: Kako je na to vplivala selitev v isti prostor?

O: Po eni strani se mi zdi, da smo mi še vedno posebno uredništvo, povsem zase, po drugi pa se mi vseeno zdi, da ... Se na takšen način gledaš vsak dan, privadiš, spoznaš, da se bodo oni mogoče privadili na ta način, na naš. Če sta dve ločeni pisarni, nimaš pojma, kdo te kliče, zdaj pa, ko je tudi ta fizična bližina, prisotnost, je mogoče malo drugače. No, bo drugače, zaenkrat ni še tega.

V: Zakaj si rekla, da je to še vedno redakcija zase?

O: Mi bi lahko enako delovali, tudi če ne bi bilo te skupne redakcije, naš način dela bi bil enak.

V: Gre torej še vedno bolj za sodelovanje preko telefona. Koliko pa je sodelovanja v smislu, da greš do televizijskega novinarja in se pogovoriš z njim?

O: Da bi padel v debato z njim, se skorajda ne zgodi. Je pa res, da včasih ko pride s terena, greš do njega, pa ga vprašaš, kaj je bilo, kje je material, če ga lahko uporabiš. Ni pa zdaj tako, da bi si on res vzel čas in se posvetil, predebatiral, to je bolj tako, na hitro.

V: Pa je to, da greš do njega, samoiniciativno ali spodbujeno, pod prisilo do neke mere?

O: Je že kar utečeno, da ga pokličeš, ja.

V: Se ti zdi, da imajo televizijski novinarji kompleks večvrednosti?

O: Ja. Ja, mislim, da imajo. Kot sem že rekla, televizijski novinarji so bolj izpostavljeni že zato, ker so pred kamero in že zato so mogoče malo bolj ... Pač večji ego, večja samozavest na nek način.

V: Koliko to vpliva na spletne novinarje?

O: Meni osebno mi je to ... Mi gre to na živce, ker se mečejo ven. To meni ni privlačno, mogoče mi zato tudi televizijsko novinarstvo ni tako blizu. Ja, mogoče je res ... Mi imamo tudi takšen občutek, da so televizijski novinarji nekaj več, da imaš nek tak odnos do njih ...

V: Kaj je zate dobro novinarstvo?

O: Novinar mora biti v osnovi oseba, ki jo morajo stvari zanimati. Mora si želeči, mora imeti občutek, da je njegova misija, da ljudem poda informacijo, spremeni kakšne stvari v družbi.

V: Bi rekla, da to definira tebe in tvoje sodelavce?

O: Ne ... (Smeh.)

V: Zakaj?

O: Jaz mislim, da je novinarstvo način življenja. Novinar ne more biti oseba, ki pride domov in se odklopi. Dober novinar mora ves čas biti zraven, mora ga zanimati. Pri nas ... Nimam toliko občutka, da smo do te mere vpeti v to, da hodiš po cesti in vidiš zgodbo.

V: Naključje, da ste taka ekipa, ali gre za to, da so spletni novinarji svojevrstna skupina novinarjev?

O: Hmm, pa mogoče to niti ni čisto vezano na splet, so tudi televizijski novinarji, ki so boljši, in taki, ki so slabši. Mogoče bi bilo bolje, da bi bili ti sestanki, ki jih imamo, bolj produktivni, bolj usmerjeni v vsebino. Kar malo zmanjka ... Včasih je treba delati kar neke zgodbe, ki ti sploh niso ... Se ti ne zdijo relevantne. In potem kličeš naokrog z nekimi butastimi vprašanji.

V: Je to posebnost spletnega novinarstva po tvojem mnenju ali je to širši trend?

O: Ja, mogoče je to trend spletnega novinarstva. Predvsem zaradi vsega tega, kar pošiljajo bralci, iz česar je potem kar treba narediti zgodbo. In to takšne, kot na primer, zakaj je ta tukaj parkiral, če pa ne bi smel. Gre za to posebnost, da bralec prevzame v vlogo novinarja. Ti na ta način pritegneš bralce, ki imajo občutek, da sodelujejo pri nastajanju spletne strani, ampak ... Ne vem, no. To je mogoče taka specifika spletnega novinarstva, da tudi ni več toliko pomemben tekst, ampak lahko zgodbo narediš iz ene fotografije, ki ti jo nekdo pošlje.

V: Ostaja vloga novinarja še vedno enaka?

O: Ne ... Mislim, da je to specifika spletnega novinarstva. KaNe vem, če je to trend, ki se bo obdržal, ampak gre v to smer, da je drugače ... Berejo se novice, ki so kratke, takšne, v katerih ne dolgoveziš, poveš na kratko, pa da je zraven fotografija.

V: Se ti zdi, da ti trendi lahko vplivajo tudi na novinarstvo širše?

O: Kaj pa vem. Mogoče. Itak specifika te hiše je, da je komercialna. Dnevnik pri nas je drugačen od tistega na RTV. Eni pravijo, da znamo bolj ljudsko novico približati ljudem. To je gotovo. Zdaj, koliko je zaradi tega manj kvalitetno narejeno, ne vem, včasih, ne pa vedno. Ni pa nujno, da je zaradi tega slabše.

V: Se ti zdi, da v drugih vrstah novinarstva ista načela odločajo o tem, kaj bo objavljeno, kot na spletu?

O: Ne, itak, da ne. Pri nas je uredniška politika ... Mislim, imamo sestanek enkrat na teden, a se premalo pogovarjamo o vsebini. Po novem imamo sicer vsako jutro sestanek, na katerem se okvirno dogovorimo, kdo bo kaj delal, kaj so glavne teme dneva in podobno. Sicer je pa uredniška politika v veliki meri odvisna od tega, kdo je redaktor, ker je potem objava novic odvisna od tega, kaj se njemu zdi pomembno. Na splošno je pa itak tako, da mimo nekaterih glavnih stvari itak ne moreš.

## Intervjuvanec E

V: Splet deli mnenja glede tega, ali v novinarstvo prinaša nekaj drastično novega ali le prevaja že videno 'online'. Kaj ti misliš?

O: Jaz mislim, da prinaša veliko novega. Prva in najpomembnejša novost je interaktivnost. Noben drug medij ne omogoča, da bi se človek tako hitro in neposredno odzval na novice. So, na primer, določene oddaje, ampak na internetu je to toliko pomembneje. Bralci se odzivajo in z emaili in s komentarji. Druga stvar je pa takojšnjost. Internet je takšen medij, da moraš takoj vse objaviti, pomembno je, da si hiter, ni toliko važno, kako kvalitetna je informacija, kot to, ali jo imaš in da jo objaviš. To je tudi bistvena razlika med internetom in drugimi mediji ... Saj z vsakim medijem ima tudi kaj skupnega, marsikaj bi lahko rekli tudi za druge medije, imamo na primer izredne novice na televiziji, ampak dvomim, da bi se zaradi nekih hišnih preiskav neka televizija odločila za izredne novice. Pač počakajo do 7h. Medtem pa je na spletu skoraj vsaka novica, ki je ekskluzivna, izredna novica.

V: To bi verjetno lahko povezali tudi z nekimi novimi profili novinarjev. Kako se spletni novinar razlikuje od nekega tradicionalnega novinarja?

O: Spletni novinar je podoben novinarju, ki je vestičar. Ni toliko pomembno, kdo je novinar, ampak kaj je napisano, medtem ko pri drugih medijih je poudarjeno tudi to, kdo je novinar in s tem tudi dobivajo na kvaliteti. Na spletu ti nimaš svojih tem, ampak je odvisno od dneva, kdaj delaš, od tega, kakšne novice te doletijo. Včasih jo zato pokriješ slabše od nekoga drugega, ki je to stvar na primer dlje časa spremljal. Ampak končni rezultat je isti na vseh spletnih medijih. Gre za informacije, ki niso poglobljene, ni komentarjev, ni analiz. Pri nas se do neke mere trudimo, da bi bile poglobljene vsebine v smislu, da če se nekaj zgodi, je en članek posvečen razlagi ozadja dogajanja. Ampak to niti približno ni tako kvalitetno kot pri drugih medijih, kjer lahko počakajo en dan ali par ur. Zato je spletni novinar bolj nek zbiralec novic kot pa nek raziskovalni novinar. To je lahko samo, če si vzame čas ob terminih, ki jih mora oddelati v službi, torej v prostem času.

V: Če se je tradicionalno vrednost novinarja vzpostavljala skozi raziskovalno novinarsko, skozi ekskluzivne zgodbe, kako se potem vzpostavlja vrednost spletnega novinarja? Oziroma, drugače, kam v hierarhiji novinarjev spada spletni novinar, če ta seveda obstaja?

O: Mislim, da je spletni novinar zadnji v tej novinarski prehranjevalni verigi. Tudi če je na spletu neka ekskluzivna zgodba, in mi smo jo imeli, večkrat, je to tako lahko »kopipejstat« ... V bistvu se na spletu veliko manj spoštuje ekskluzivnost, ker se manj poudarja, kdo je kaj poročal, dela se na tem, da dobiš neko svojo informacijo ... Tako da mi smo po mojem najmanj vredni od vseh novinarskih profilov, ki obstajajo. Mislim, da tudi ljudje vseeno bolj verjamejo televizijskim in časopisnim novinarjem. Mogoče tudi zato, ker imajo oni čas se bolj poglobiti v zadevo ... Čeprav tudi ne vem, če se ljudje dejansko tega zavedajo ali pa so samo tako navajeni na te tradicionalne medije. Ampak spletni mediji ... mislim, da ni ravno nek faktor v obveščanju.



V: Občutiš ta nižji položaj v hierarhiji v svojem delu, na svojem delovnem mestu ali pa, denimo, med kolegi z drugih medijev in drugih medijskih hiš?

O: Mislim, da med spletnimi novinarji je veliko spoštovanja, vsaj jaz se tako počutim, nimam občutka, da bi kdo zviška gledal name. Medtem ko s strani drugih novinarskih kolegov, predvsem televizijskih, je pa to čisto drugače. Smo podrejeni, tudi znotraj naše medijske hiše. Ne vem sicer, kako drugi mediji gledajo na nas. Ampak očitno je, da ko se nekaj zgodi, veliko ljudi pride na našo spletno stran pogledat, tako da verodostojni očitno smo. Samo odnos do nas ... je pa bolj podrejen. To se občuti tudi v redakciji. Saj to je tudi normalno, nikoli ne bo mogel noben spletni novinar zahtevati takšne plače kot televizijski. Naše plače so verjetno primerljive s kakšnim začetnikom na televiziji.

V: Zakaj?

O: Ker nismo prepoznavni. Ker s svojimi viri vzpostavljamo kontakt preko telefona, je zelo težko dobiti kakšno zaupno informacijo in kaj objaviti prvi. Tudi takrat, ko imaš nekaj, moraš to odstopiti televizijskemu kolegu, medtem ko obratno ne deluje. Obratno oni raje počakajo, da je njihova oddaja, da ljudje preklopijo ... Saj to je normalno. Medtem pa mi, ko nekaj izvemo ... Saj tudi če damo takoj na splet, tudi oni opazijo in jim moramo dati informacije. Saj to je normalno, da znotraj medija ne skrivaš, čeprav mislim, da je veliko skrivanja, z njihove strani več kot z naše, in v tem se tudi kaže to, da smo podrejeni.

V: Se ti zdi, da nižji položaj, občutek manjvrednosti utemeljen, da dejansko so razlike, denimo z vidika uporabnika?

O: Ma ne vem, če je. Saj tudi drugi mediji dejansko delujejo po enakem principu, saj svetovnih novic tudi svetovni mediji ne delajo drugače kot mi, pač dobivajo jih preko tiskovnih agencij. Razlika se kaže mogoče v tem, koliko oni sami cenijo svoje delo. Pri nas bo nekdo spremljal dogajanje v Libiji iz istih virov kot televizijski novinar, na koncu se bo podpisal z inicialkami, ker se mu bo zdelo, da to pač dela kot vsak dan, malo prepiše, malo išče informacije ... Medtem televizijski novinar, ki dela to isto, mogoče celo kaj prepiše iz tvoje novice, najde sliko, ki mu jo itak montažer zmontira, se bo podpisal s celim imenom in priimkom, pa še v oddaji ga bodo naglas napovedali. Pa ni to zgolj krivda vodstva. Res je sicer, da je zelo malo spodbujanja k temu, ampak tudi znotraj redakcije nismo posebej naklonjeni temu, razen mogoče, ko res gremo na teren in res nekaj naredimo ... Ali pa se sami spomnimo, da bi nekoga poklicali in se nam potem zdi, ok, zdaj sem pa res nekaj naredil, potem se podpišeš s polnim imenom in priimkom. Saj konec koncev so tudi agencijski novinarji dojeti kot manjvredni, čeprav vsi ostali notranjepolitični novinarji delajo prispevke na podlagi njihovih objav. Pa so tudi ti agencijski novinarji podpisani samo z inicialkami, enako kot spletni.

V: Všeč mi je, da so izpostavila pomembnost percepcije lastnega dela in pomembnosti tega dela.

O: Ja, to gotovo zelo pomembno vpliva. Saj je pomembno, kako te ocenjujejo drugi, ampak ti tudi sam vplivaš na to. Ker če mi sami sebe dojemamo kot manjvredne, bomo vedno

manjvredni. Pred kratkim smo na primer začeli izbirati novinarja meseca in si s tem malo dvigovati samozavest, zviševati vrednost našega dela. Zdi se mi sicer, da mogoče malo pridobivamo na samozavesti, ampak nas še vedno poteptajo ... Zadnjič smo imeli neko ekskluzivno zgodbo in smo jo objavili, ne da bi povedali televizijskim kolegom. In je bil cel problem. Medtem ko obratno pač nikoli ni. Zanimivo pa se mi je na primer zdelo, ko smo dobili viktorja. Res smo bili veseli ... Pred podelitvijo sploh nismo vedeli, da smo zmagovalci, tudi šefica pred tem, ko je bilo še mogoče glasovati, ni dovolila, da bi imeli kaj o tem na strani ... Ko je bila podelitev, sem bila v službi, od televizijcev pa je bila tam ena od voditeljic. In ko smo bili razglašeni za dobitnike, je kr začela ploskat in nam čestitat, bravo pikakom ... Se mi je zdelo zelo zabavno, sploh ker oni letos niso dobili nobenega.

V: Kako se ti počutiš na tem delovnem mestu, kjer si trenutno?

O: Trenutno se počutim zelo dobro, ampak gre za obdobja nihanja, in to zelo velika nihanja. Včasih imam zadosti vsega, včasih mi je fajn, zdaj mi je na primer fajn. Opazila sem, da mi je vseč takrat, ko se veliko dogaja, na primer, malo bizarno, takrat ko so poplave. Takrat uživam, ker delamo kot vsi ostali novinarji, imamo svoje vire, svojo zgodbo vzpostavljaš, od nikjer ne prepisuješ. So pa tudi dnevi, ko ... Ne samo da »kopipejstaš«, včasih nič ne moreš najti, da bi sploh »kopipejstal«. In to je mukotrpnost, ker pač moraš biti tam in oddelati osem ur, ne glede na to, ali se kaj dogaja ali nimaš kaj početi. In takrat se počutiš kot en delavec v tovarni, ki producira novice, ker novice pač morajo biti. V zadnjem času se mi sicer zdi, da se je stanje malo izboljšalo, kar se tiče našega dela, da je malo bolj kvalitetno, ne glede na ostale vsebine na spletni strani, in to pripomore k temu, kako se jaz počutim. Sicer jaz nikoli nisem mislila, da bom spletni novinar, ampak zdaj mi je kar vseč. Pa mogoče se smešno sliši, to, kar vsi ponavljajo, ampak to dejansko je neka prihodnost novinarstva, sicer dvomim, da bo splet izrinil tradicionalne medije, bolj mislim, da bo to neka simbioza. Škoda je samo to, da splet postaja bolj vestičarski medij, v bistvu je vestičarski medij, in jemlje to funkcijo časopisu, ampak s tem tudi daje priložnost časopisu, da se osredotoča na bolj poglobljene stvari. In je zdaj mogoče bolj novinarsko biti časopisni novinar kot pa biti spletni novinar. Kar se tiče vpliva na ljudi, pa mislim, da imamo spletni novinarji veliko večji vpliv kot se sami zaveda, ne vem, če se zavedamo, kakšno odgovornost nosimo pri vsaki novici, ki jo objavimo. Ker zdaj ni več vprašanje, ali imamo dovolj prostora za neko objavo, na internetu je vedno prostor, niti dolžina članka ni pomembna, vse te tradicionalne omejitve so izginile, ... Mislim, da se ne zavedamo, koliko vpliva imamo.

V: Rekla si, da se je v zadnjem času kakovost vsebin izboljšala. Čemu to pripisuješ?

O: Predvsem samoiniciativnosti ... Pomemben je pogovor znotraj redakcije, med novinarji. Če je počutje boljše, pač ljudje bolje delajo. Še vedno je tako, da se moraš ti za neko bolj kvalitetno stvar vedno žrtvovati. Napredek je tudi v tem, da novi uredniki zdaj dopuščajo malo več prostora tistim, ki delajo v terminih, torej od 7h do 15h in od 15h do 23h, da delajo tudi oni neke svoje zgodbe, da niso tam samo zato, da polnijo vsebine. Poleg tega pa smo tudi začeli mogoče malo bolj gledati na to, kaj pišemo. Pa tudi več ljudi je, ki ima določeno izobrazbo ... Jaz mislim, da je razlika med novinarji, ki imajo novinarsko izobrazbo ali pa vsaj s področja družboslovja. In če je več ljudi, ki se spoznajo na zadeve, tudi potem

opozarjajo na napake ... Ko sem začela tukaj delati, je bil redaktor na primer edini, ki je smel dati pripombo na tvoj članek.

V: Se torej prebuja malce ta zavest o odgovornosti in o vplivu.

O: Ja. Zdaj imamo na primer problem glede poročanja o samomorih, ker mi nismo nikoli poročali o tem, torej mi kot resna redakcija. Ekskluziv pa je, sicer ko je šlo za zvezdnika ... Že lani smo šli na neko delavnico o poročanju o samomorih, letos smo šli spet, ampak ponavljanje, kaj lahko poročáš in kaj ne, je zaradi te hitrosti na spletu, lahko precej nesmiselno. Zadnjič smo imeli primer, ko je oseba, ki je na novo v redakciji, napisala novico o samomoru ravno na tak način, kot ne bi smela, ker pač redaktorica je šla že domov in ... Ni bilo nadzora. Na internetu ni nobenega nadzora, in ravno zato ima novinar veliko večjo odgovornost kot se mu zdi. Če se ti podpišeš z inicialkami, to še ne pomeni, da ti nisi odgovoren za to, kar tam stoji. Vsaj moralno, če že ne pravno.

V: Rekla si, da se lahko zaplete, če pride nek novinar, ki s spletom še nima izkušenj. Bi rekla, da so ravno izkušnje tiste, ki naredijo spletnega novinarja, ali mora imeti kakšna znanja? Ali pa je spletni novinar lahko kar vsak?

O: Mislim, da je seveda lažje tistemu, ki je že delal v novinarstvu, ker pač že ve, kako novinarstvo deluje. Ne mislim, da je lahko kar vsak spletni novinar, mogoče lahko spletni novinar lahkotnih vsebin, to ja. Tega je veliko, tako da delovnih mest za take ljudi je ogromno. Ampak če hočeš delati resne novice, mislim da ne more biti vsak spletni novinar, že zato, ker mislim, da ne more biti kar vsak novinar. Jaz mislim, da je pomembna izobrazba, seveda to ni vse, je pa zelo pomembna tudi praksa. In tega se moraš na spletu priučiti, ne glede na to, koliko let si prej delal v novinarstvu. Dvomim, da bi nek novinar, ki je dvajset let delal v notranji redakciji Dnevnika, prišel sem in bi mu bilo jasno, kaj mora početi in kako delo sploh poteka. Dvomim, da to kar nekako znaš. In to se tudi kaže z vsakim novim, ki pride v uredništvo.

V: Koliko je pa uvajanja? Obstaja zavest nadrejenih, da je treba te ljudi temeljito pripraviti na delo?

O: Jaz mislim, da ne. Mislim, da nadrejeni preveč lahkotno to jemljejo. Saj obstaja nek čas, v kateremu se oseba uvaja, ampak je razlika med tem, da na primer ta čas dela svoje zgodbe in se nauči uporabljati aplikacijo (program, op. a.) ... To je najlažje, zavrteti nekaj telefonov in vnesti članek. Potem je pa še milijon nekih malenkosti, ki jih ta oseba mora osvojiti, od tega, kako se objavi zadnjo, izredno novico, ureja naslovnico, postavitev člankov na naslovnici, kaj objavljamo in kaj ne ... To so ene take malenkosti in nadrejeni se ne zavedajo, da se je treba dlje časa tega učiti. Pa tudi to je težava, da osebe ne uvaja vedno isti novinar, ampak sto različnih in potem na koncu je ta samo še bolj zmedena.

V: Že pred nekaj časa ste se spletni in televizijski novinarji znašli v združenem uredništvu. Kako se počutiš v njem? Kako se spletni novinarji na sploh počutite v novem okolju?

O: Ja, integrirana redakcija je nekaj, kar ... Mislim, meni se ni bilo težko privaditi. Že ko sem prišla delat sem, ni bila prav tiha redakcija, ker smo vedno bili v istem prostoru še z nekimi

osebami, ki so niso bili spletni novinarji, to so bili producenti, mikrostrani, ki imajo pač drugačen način dela ... Ampak je bilo pa vedno tako, da smo bili mi v tistem prostoru glavni. Mi smo jim lahko rekli, dajte, bodite tiho. Ko smo pa prišli v ta prostor skupaj s televizijci, se je pa razmerje moči čisto zamenjalo. V bistvu smo se morali privaditi na delo v bolj hrupnem okolju. Saj če je res kaj takšnega, potem že dvignemo glas, ampak ne težimo več za vsako stvar, kot smo prej. S tem da mislim, da so se tudi oni malo privadili na nas, na to da nas imajo zraven. So dnevi, ko še vedno mislijo, da nas ni, in takrat je malo nervoze, ampak sicer pa smo se po vsem tem času že toliko privadili, da mislim, da ni več problem. Prvih nekaj mesecev pa je bilo meni kar mučno.

V: Koliko bi se s to tvojo oceno strinjali tvoji kolegi?

O: Kaj pa vem, nekateri so se malo lažje privadili, drugi malo težje, eni so malo bolj živčni ... Se mi zdi, da smo se načeloma vsi privadili, ampak ko se nekaj zgodi, pa je kaos, so ljudje živčni, takrat je še največ pripomb. Sicer pa so se kar nehali pritoževati.

V: Kakšni odnosi pa vladajo med vami? Kako spletni novinarji gledate na televizijske, kakšen odnos imate do njih?

O: Mislim, da spletni novinar veliko težje pristopi do televizijskega kot pa obratno. Medtem pa televizijski nimajo nobenih težav priti do nas, in tudi mi smo zelo prijazni in vse informacije delimo. Medtem ko obratno to ne deluje. Po mojem so ljudje, ki delajo na televiziji malo bolj vzvišeni in egocentrični, čeprav noben nič slabega nikoli ne reče ... Ampak ja, seveda, oni pač varujejo svojo informacijo in jo skušajo varovati do 7h zvečer, medtem ko mi pač ne. Neko informacijo, ki jo jaz imam, jo bom takoj objavila, in potem mi je vseeno, ali ti veš ali ne. Tako da to je zelo odvisno od novinarja do novinarja. Ampak na splošno mislim, da je neko strahospoštovanje v odnosu spletnih do televizijskih, medtem ko obratno ...

V: Kako bi pa opisala ta odnos?

O: Mislim, da se oni zavedajo, da smo mi podrejeni in to pač s pridom izkoriščajo. Ni ravno, da se nas bojijo. (Smeh.) Medtem ko pri nas pa ja ... Veliko težje je dostopati do njih kot pa obratno. Mi smo kot neka ... Saj se tudi zafrkavajo, da smo kot neka njihova inštalacija. Kar je v bistvu res. Mi smo kot mlajši dežurni, samo da nas je več.

V: Kako pa poteka sodelovanje? Kako se ti konkretno počutiš ob tem?

O: Meni ni problem pristopiti do njih. Jaz res nimam nobenega problema, tudi nikoli nisem imela nobenih slabih izkušenj. Vem, da nekateri moji sodelavci so imeli in jim je neprijetno, ampak meni se pa zdi čisto v redu. Mislim, da so se zdaj tudi uredniki že privadili na nas ... Meni je zdaj veliko bolj prijetno sodelovati z njimi kot pa prej, ko nismo bili v istem prostoru. Če se poznaš vsaj na videz, je veliko lažje.

V: Je torej pripomoglo k večjemu sodelovanju.

O: Ja, ja, zagotovo. Mi vse, kar izvemo, povemo tudi njim, oni tudi nam precej ... Spomnim se, ko je bila neka huda nesreča, ko je trčilo 30 avtomobilov ... To je bil vikend, popoldne in vem, da smo takoj, ko smo izvedeli, povedali njim. Seveda če gredo oni na teren, je dobro tudi za nas, ker imamo potem sliko.

V: Kako bi primerjala vaš in njihov status znotraj hiše, kar se tiče na primer plače, pravic, odnos nadrejenih in tako naprej?

O: Tako kot se počutimo, tako tudi dejansko je. Tako kot se mu počutimo podrejeni, tako tudi dejansko smo podrejeni v hiši. Tudi zato, ker nas manj poznajo, manj smo izpostavljeni, tudi če je naše ime in priimek napisano, nihče ne ve, kdo je to.

V: Slišala sem že kar nekaj pripomb na to, da si ne v osmih urah ne morete privoščiti niti malice.

O: Aja, malice. Mislim, da tu ne gre ravno za pravico v tem smislu ... Oni si lahko več dovolijo, ker imajo oddajo šele ob 7h zvečer. Internet je pa takšen medij, da ne moremo ven. Jaz se lahko primerjam samo z drugimi spletnimi mediji, ki si dovolijo veliko več kot mi. Ampak mogoče se to potem pozna na tem, da smo mi najbolj brani, oni pa pač ne.

V: Pa se te žrtve v zameno za prvo mesto v branosti in prepoznavnosti tudi nagradijo, cenijo?

O: Ne. Ne, ne. Mogoče se to čuti malo med nami, pa v odnosu urednice, ampak da bi kakšen direktor kaj rekel ... Ne, ne. Mi čutimo vpliv ratingov, samo ko padejo, ko se višajo, pa ne.

V: Če bi v svojem delovnem vsakdanjiku lahko spremenila eno samo stvar, kaj bi to bilo? Kaj je tisto, kar te res moti?

O: Zelo rada bi hodila na teren, veliko več kot zdaj. To je zdaj omogočeno samo tistim, ki ne delajo v terminih, ker sicer si pač vezan na spremljanje zgodb, ki se odvijajo skozi ves dan. Če boš šel ti na teren, kdo bo potem to delal. To je problem. Redaktorji niso zadovoljni, ker se jim zdi, da imajo premalo ljudi, čeprav se mi zdi, da delajo tudi kakšni mediji z manj ljudmi ... Mogoče bi se kdo lahko odpovedal kavi ali dvema na dan, da bi lahko nekdo drug šel na teren. To jaz zelo pogrešam in se mi zdi škoda, da od vseh novinarjev sta bila mogoče dva v državnem zboru in poznata proceduro. Kdor koli drug od nas bi šel na eno navadno tiskovko tja, bi bil čisto zmeden. Ker pač nikoli ne greš ven iz te pisarne, ja, ok, greš, ampak v svojem prostem času. S tem da moraš to napovedati en teden vnaprej. Tako da potem se ti zdi malo brezveze, zakaj bi jaz to počel ...

V: Kaj so zate načela dobrega novinarstva?

O: To je zelo težko vprašanje. Za začetek se mora novinar spoznati na zadevo, ki jo pokriva, sicer zelo težko naredi nekaj kvalitetnega. To se vidi tudi v spletnem novinarstvu, ki je manj kvalitetno, kar se tega tiče. To je prva stvar, moral bi poznati zadevo, o kateri poroča, akterje.

V: Praviš, da je spletno novinarstvo zaradi tega manj kvalitetno. Če je nižja kvaliteta, če je način dela drugačen in enako tudi profil novinarja, je drugačna tudi funkcija?

O: Ma ne bi ravno rekla, da se spreminja funkcija. Kot sem že rekla, je splet prevzel to vestičarsko funkcijo, ki jo bodo drugi sčasoma verjetno izgubili, ker zakaj bi časopis še poročal o tem, če ljudje to izvedo že na internetu. Mogoče se bodo drugi morali prilagoditi, ampak da bi imel pa čisto nekaj svojega, razen tega da združuješ različne formate ... Spletno novinarstvo ima toliko prednosti zaradi medija, ki je takšen kot je, ki jih ne izkorišča. Gre samo za zapolnjevanje prostora, samo zato, da nekaj je, ne pa da bi bila to neka dodatna vsebina. To se vidi že pri nas, kjer so videi na primer samo brana novica. Zakaj bi to nekdo gledal, če ni slika od tam?

V: Kako bi pa na primer razlikovala blogerje in neko novičarsko spletno stran, kot je 24ur.com? Ali pa med blogerjem in spletnim novinarjem?

O: Bloger je v svoj zapis lahko čustveno vpleten, medtem ko spletni novinar načeloma ne sme biti. Zate še vedno velja, da moraš biti objektiven, kolikor se da, bloger pa izraža svoje mnenje. To je po mojem osnovna razlika med novinarjem in blogerjem, mislim, da blogerji nikoli ne morejo zamenjati novinarjev, pa tudi ne morejo imeti toliko informacij kot novinarji. Lahko sicer napiše neko zgodbo, ampak manjka mu ta nasprotni vidik, druga plat, medtem ko novinar načeloma mora to dobiti. Načeloma pravim zato, ker v medijih, predvsem spletnih, velikokrat ni tako, ampak trudiš se uravnovesiti ... Blogerji tudi na vrhuncu svojega ustvarjanja niso imeli takšnega vpliva kot ga imajo spletni mediji. Ne more se en bloger primerjati s spletno stranjo, ki ima svoje zaledje medijske hiše. To se že pri nas pozna, koliko smo boljši, ker imamo tako medijsko hišo za sabo, ker lahko vzamemo na primer video, koliko imamo zato prednosti pred na primer nekim Dnevnikom, kjer časopisno in spletno uredništvo nista povezana med sabo.

V: Misliš, da trenutno lahko obstaja spletni medij brez tradicionalnega »brata«, »sestre«?

O: Ne, ne. Že zaradi tega, ker tukaj je toliko materiala, ki ga samostojni medij ne bi mogel imeti. Nimajo takšne reklame, niso toliko prepoznavni. Ljudje morajo vedeti za tvojo spletno stran, poznati naslov. Tudi če imaš močno finančno zaledje ... Spletno oglaševanje še vedno ni tako donosno kot televizijsko.

V: Raziskava v ZDA je pokazala, da ljudje bolj zaupajo novicam oziroma spletnim stranem, ki jih generira računalnik, kot pa tistim, ki jih urejajo ljudje. Kaj ti misliš o tem?

O: Ja, verjetno bi lahko tako funkcionirala spletna stran, verjetno bi bilo to tudi vseč našim šefom. Ampak jaz se takšnih časov bojim, to popolnoma izgubiš presojo ... Jaz sem že večkrat rekla, da bi morali imeti servis, ki bi na uvaža novice z STA na stran, mi bi pa lahko delali druge stvari. Ampak ti moraš upravičiti, zakaj si ti tako relativno dobro plačan ...

V: So spletni novinarji preveč dobro plačani?

O: Ne, pri nas ne, pri drugih spletnih medijih pa, kolikor poznam, ja. Drugi spletni mediji, razen MMC, bazirajo na »kopipejstanju«, prevajanju. Medtem ko pri nas ni tako, mislim, da je bil v zadnjih dveh letih ogromen napredek, kar se tega tiče. Mislim, da si zato zaslužimo še boljšo plačo, glede na to, kakšno imajo drugi, glede na to, da oni na primer delajo po šest ur

na dan in ne osem, in en vikend, ne pa dva. Ti tukaj dejansko delaš poln delovni čas, čeprav uradno tega ni ...

V: Bi bila raje televizijska novinarka v tej konkretni situaciji, v kateri si trenutno?

O: Ne, ne bi bila. Na faksu sem si želela, zdaj pa ne več. Se mi zdi, da oni ves dan porabijo za en prispevek, ki ga ti na spletu narediš v uri ali pa malo več. Res je, da imaš drugačno plačo in prepoznavnost, ko si enkrat uveljavljen, ampak ... Ne vem, če so oni res vsi zaljubljeni v novinarstvo ali kaj, ampak oni ves dan preživijo tukaj. Pri spletnem novinarstvu se mi zdi spet to ena prednost ... Čeprav je slabo, da si kot en delavec v tovarni in greš po osmih urah domov, ampak imaš pa malo bolj urejen dan ... Se mi zdi, da k temu začne vsak slej ko prej težiti ... Mogoče bi bilo drugače, če bi se šli tudi na spletu raziskovalno novinarstvo, potem te potegne, ti je bolj zanimivo. Ampak tudi na televiziji so po drugi strani novinarji, ki morajo iti pokrivat neko tiskovko ...

V: Ravno to. Zakaj potem ta nek višji status, če je delo prav tako velikokrat rutinsko in brez posebne dodane vrednosti?

O: Kar se tiče kvalitete izdelka, gotovo velikokrat ni utemeljeno. Zelo redke so stvari, kjer se mi zdi kvaliteta boljša ali občutno boljša. Saj televizija nima neke komentatorske vloge, pač poročajo, kaj se je zgodilo. Tudi televizija se bo po mojem morala prilagoditi na to, da je tu splet. To se malo že pozna, ker je veliko več vklopov, v smislu, zdaj bomo pa kazali novinarja, ki to spremlja, in on bo dal neko dodano vrednost. To je tisto, kar daje vrednost novinarjem, zato ... Toliko kot je oddaja »huda«, toliko je lahko novinar »hud«. Tudi to je, da oni nimajo nobenega neposrednega odziva na svoje delo, da jim nekdo spljuva vse in reče, zanič ste. Medtem ko ti, ko napišeš članek, takoj dobiš komentar. Zakaj bi se ti potem cenil, če te bralci ne? Bralec je tisti, ki je pomemben. In bralec trenutno bolj ceni televizijo kot nas, zato mi zelo težko kaj spremenimo.

V: Misliš, da je res tako?

O: Hmm, ne vem, če oni res toliko ločujejo. Oni dojemajo, da smo mi vsi skupaj Pop TV. Ampak spljuvajo pa nas, ker imajo tukaj možnost. Tako da interaktivnost je večkrat po mojem zlo spleta. Tega ne moremo ukiniti, ker to pač privlači ljudi, to je bistvo spleta, ampak včasih ... si kar želim. (Smeh.)

## Intervjuvanec F

V: Kaj po tvojem mnenju spletno novinarstvo prinaša novega, drugačnega v novinarstvo, če sploh kaj?

O: Mogoče več kontakta z bralci in direkten odziv, ki zna biti tudi zelo brutalen, ampak če znaš to izključiti, zna biti tudi zelo poučno. V smislu dela pa ... Smo pod večjim pritiskom, pod stresom, več se od nas zahteva, čeprav vsi menijo, da smo zelo nerazgledani in ena banda mulcev, ki sploh ne ve, kaj dela. Ampak glede na to, da moraš biti novinar za notranjo in zunanjo politiko in gospodarsko in črno kroniko ekspert in da moraš v roku petih minut brez slovničnih napak napisati tekst, se mi zdi, da moramo več pokazati kot televizijski ali časopisni novinarji.

V: Zahteva potem spletno novinarstvo tudi drugačen profil novinarja?

O: Definitivno. Definitivno. Ogromno znanja, ker enostavno ne moreš biti usmerjen v eno področje, ogromno izkušenj, zahtevajo od tebe, da si novinar, snemalec, montažer, moraš obvladati lektoriranje, računalniške programe, na koncu ti še nekdo pribije, kako lahko ne znaš osnov programiranja. Definitivno drugačen profil.

V: Kako bi odgovorila na to, da je spletni novinar lahko kdor koli, da je po eni strani vsak študent lahko spletni novinar in po drugi strani, da je vsak bloger tudi novinar? Kaj je tisto, kar spletnega novinarja loči?

O: Mislim, da je lahko vsak, ki ima to nekaj v sebi, novinar. Mislim, da so tudi blogerji kdaj pa kdaj večji novinarji kot tisti, ki so novinarji na 24ur.com ali na spletni strani BBC. Sama menim in podpiram državljansko novinarstvo, ker prav na spletu je to zelo zelo uporabno. Ja ... Novinar je lahko vsak, ampak potem imaš tiste, ki so dobri, tiste, ki so slabi ... Saj lahko je tudi vsak novinar na televiziji. Jaz na primer nisem diplomirana novinarica, ampak diplomirana filozofinja.

V: Kaj potem pretehta, tisto, kar iščejo uredniki?

O: V Sloveniji je problem, da uredniki iščejo mlade, ki so še zelo pri močeh in energiji, da jih popolnoma izčrpajo in izcužajo. Od tebe zahtevajo, da si vse, da vse veš, zahtevajo, da imaš minimalno pet nazivov, v pogodbi imaš pa en naziv in eno plačo za vse to, kar delaš. In tu oni ne delajo nobene selekcije, enostavno jemljejo mlade ljudi. Dokler se ne izčrpaš in greš. V tujini se mi zdi spletno novinarstvo precej drugače obravnavano. Tudi sodelovanje med novinarji različnih profilov je čisto drugačno. To je vse nekako povezano in integrirano, pri nas pa se mi zdi, da noben ne ve, kaj integrirano uredništvo sploh pomeni.

V: Zakaj pa misliš, da je tako?

O: Mala država, nimajo izkušenj, nimajo denarja in nimajo volje. Konkretno Pop TV? Nima konkurence, ne dovolj dobre, da bi se jim dalo potruditi, narediti korak več in vložiti malo



denarja v neke novosti. Ker ne čutijo potrebe. Spletni novinarji so zato ujeti v nek kalup, ne morejo narediti koraka naprej, da bi delali. Enostavno ... To je dovolj in več od tega ni treba.

V: Se ne išče presežne vrednosti.

O: Ne.

V: Kaj pa pravice spletnih medijev, v primerjavi s tradicionalnimi novinarji? Plača, status, spodbude, odnosi?

O: Mislim, da imamo veliko manj spoštovanja, ker se od nas pričakuje, da smo anonimni in brez obrazov in tudi naši nadrejeni ne kažejo, da smo nekaj in nekdo. Zato tudi nimamo pravic, ker smo zamenljiva »roba«. Če ne boš danes več mogel, te bomo pač zamenjali, bomo poklicali študenta, ker itak stojijo v vrsti. Tako da ne moreš pričakovati nikakršnih konkretnih pogodb, ki bi ti zagotavljale varnost, ker je to vse nekako na drilu in po tekočem traku.

V: Je to specifično za spletne novinarje?

O: Ne, mislim, da je tudi drugje tako. Ampak ni tako močno poudarjeno kot pa pri nas, da smo zamenljivi, ker nimamo imen in nimamo obraza. Te pač zamenja neka druga inicialka.

V: Rekla si, da se novinarstva lahko priuči vsak. Pa misliš, da je spletni novinar dejansko tako zamenljiv?

O: Ja, ampak zato, ker so oni ustvarili takšne pogoje. Gre za to, da ti ... Seveda se lahko vsak nauči. Ampak je razlika v tem, kako boš opravljal svoje delo, ali imaš žilico, znaš poslušati, se čuditi, gledati, te zanima, te ne zanima ... Mislim, da se vsako stvar lahko naučiš in delaš, ne samo novinarstvo. Jaz sem lahko vse, ampak vprašanje je, kaj bom delala dobro.

V: Kako se ti počutiš na tem delovnem mestu, ob delu, ki ga opravljaš?

O: Hm. Območje delovanja je zelo omejeno, kar me moti. (Premor.) Zdi se mi, da ... Kot sem že rekla, tu so kalupi, od tebe se nekaj pričakuje, vse, kar hočeš več, je nepotreben strošek ali pa ...

V: Se ti zdi, da se na primer v televizijske novinarje bolj vloga?

O: Ja, zato ker imaš obraz in imaš ime. Ja, več vlagajo.

V: Verjetno gre tudi za vsebino, vsaj posledično.

O: Ne, gre za to, kaj se prodaja, bomo pač prodali, naprej pa rinejo neke lahkotne, včasih perverzne, senzacionalne zadeve, ki ... Tak članek lahko tudi 10-letnik napiše. In enostavno ... Tisto, kar se prodaja, super, tisto, kar se ne, delaj v prostem času ali ko imaš pač čas. In to je tisto, kar te vleče nazaj, ne moreš preseči tega. Jaz sem to prej kompenzirala tako, da sem delala v prostem času. Ampak to te izmuči, izčrpa tako zelo, da enostavno nehaš. In tu potem izgubiš voljo, motivacijo ...

V: Sploh še, če ne dobiš nobene spodbude, tako na deklarativni kot na finančni ravni.

O: Pa tudi ne gre samo za to. Gre za to, da ti potem nekako delovno mesto tako prilagodijo, da nisi tako obremenjen in da ti ni treba početi stvari, ki jih rad počneš, v prostem času. Ampak tega ni.

V: Kako se počutiš v novem integriranem uredništvu? Je prineslo več dobrega, slabega, nelagodja, pozitivnih stvari?

O: Integrirano uredništvo pri nas pomeni samo to, da so nas dali v skupni prostor. Integracija se ni niti začela. Ta projekt, jaz ne vem, kdo ga vodi, če sploh kdo, mislim, da nihče ... Integracije enostavno ni, nimajo niti ideje, kako naj bi to potekalo, ni smernic, nič. Sam prostor, kamor so nas dali, je v bistvu tako narejen, razdeljen, da so pregrade med nami. Ja, je odprt prostor in smo skupaj, ampak to ni nobena integracija. Nikogar ni, ki bi to izpeljal, ni vizije. Če pogledaš na primer druge medijske hiše po svetu, imajo nekaj ljudi, ki se ukvarjajo samo s tem, z integracijo. In imajo logično urejen prostor, ki spodbuja komunikacijo in sodelovanje. Pri nas tega ni. Razporeditev tega uredništva je najverjetneje naredil nek delavec, ki je tudi pleskal in postavljajl parket in je pač nametal noter mize in stole.

V: Še vedno ločena uredništva, torej.

O: Ja. Že sam odnos je dovolj jasen, to pa je: Nikoli ne boste na isti ravni kot smo mi. Ne poznajo imen, jaz sem na primer Pikakom, Urša je Pikakom, vsi smo Pikakom.

V: Zakaj? Obstaja na njihovi strani kakšen interes, ali pa na vaši?

O: Ne, ne obstaja. Gre tudi za tekmovalnost in skrivanje zgodb, čeprav mogoče na koncu sploh niso ekskluzive. Sicer pa nerazumevanje, ker smo itak navadni študenti, ki nimajo pojma. Šefi bi po mojem morali več narediti, da bi dvignili ugled spletnih novinarjev. Pa tudi mi na nek način, ampak ti se ne moreš boriti tam z nekim televizijskim urednikom ...

V: Se počutiš nemočna?

O: Ob določenih osebah res, ker so tudi sovražno nastrojene.

V: Kakšen je po drugi strani odnos spletnih novinarjev do televizijskih?

O: Na začetku je bilo po mojem neko strahospoštovanje, ki ga imajo nekateri še danes. Če ti bo tam nek novinarček rekel, ta informacija ni točna, bodo šli nekateri brez razmisleka šli popraviti tekst, ker si ne zaupa toliko. Čeprav je po znanju in razgledanosti bolj v prednosti spletni novinar. Drugo je ekstremno, ekstremno prilizovanje, v smislu, vi ste tako dobri, sijajni, ko bi le tudi mi tako. Mi kot spletni novinarji se moramo rešiti rega strahospoštovanja in prilizovanja, se postaviti na svoje noge, dvigniti glavo, ker tudi mi imamo v glavi, da smo manjvredni, pokazati obraz in odločno reagirati na primere, kot je ta, da te nekdo pokliče Pikakom. Enostavno tega ni in meni zelo manjka, da bi ... Zgradili neko samozavest. In prepričana sem, da je tudi na drugih spletnih medijih čisto enako. Problem pa je tudi ta, da če se en začne postavljati zase v smislu, ne, ta informacija pa ni točna, ker vem, da ni, te pa imajo »na piki«, nočejo več komunicirati s tabo, nočejo sodelovati. Brezveze. Če mi

televizijski novinar reče, to ni točna informacija, jaz pa zagotovo vem, da je, kaj naj bom tiho? In tudi če mi pove nekaj novega, ne bom tega objavila, ampak bom šla preverit.

V: Zakaj pa misliš da je tako, zakaj se reproducira ta nek manjvrednostni kompleks na strani spletnih novinarjev in večvrednosti na strani televizijskih?

O: Zato, ker smo brez imen in brez obrazov. Ti lahko problematičnega spletnega novinarja čez noč vržeš ven in nihče ne bo niti opazil, če pa odpustiš televizijskega, bodo opazili in se spraševali, kaj se je z njim zgodilo.

V: Zakaj pa potem takšno pomanjkanje spoštovanja s strani televizijskih do spletnih?

O: Pravzaprav mi ni jasno. To sem se tudi sama večkrat spraševala, pa mi ni jasno. Ali se zavedajo, da vsi delamo vse in da moramo vedeti vse o vsem in si mogoče rečejo, u, ti so mogoče naša konkurenca ... Ne vem. Ker toliko pripomb o nesposobnosti, šlampariji, ... Mislim, to ne slišiš nikjer ...

V: Se odreagira na takšne pripombe?

O: Ne. Ker ni samozavesti. Meni če nekdo reče, da informacija ni točna, bom stala za njo, če pa pride do nekoga drugega, zagleda prestrašen obraz, ki ne ve, kaj bi ... Seveda se potem spravi nanj. Ni samozavesti.

V: Imaš občutek, da je za to kriv tudi odnos nadrejenih, politika hiše?

O: Tako. Ja. Definitivno. Če niso urejeni odnosi med šefi, šef spleta, televizije, ... Se to seveda kaže med nami. Zelo zanimivo je tudi to, kako delujejo televizijski novinarji. Opazila sem namreč, da se cela ekipa obnaša v skladu s tem, kdo je tisti dan dnevni urednik. Ista ekipa en dan čisto prijazna, drugi dan totalno nespoštovanje. Jaz takšnih ljudi ne morem spoštovati. So sicer redke izjeme, ki imajo svoje stališče in so takšni, kot so, ne glede na vse. Meni je to fenomen.

V: Kakšen pa je odnos vaših nadrejenih? Igra to kakršno koli vlogo pri tem, če lahko tako rečemo, manjvrednostnemu kompleksu spletnih novinarjev.

O: Definitivno. Ampak to je odvisno tudi od človeka do človeka. Če imaš ti razčiščene stvari v glavi, ti en šef ne more povzročiti manjvrednostnega kompleksa. Če ti, je to šikaniranje, mobing.

V: Na podlagi vsega tega, kar si rekla, je logično sklepati, da takšni odnosi zavirajo sodelovanje.

O: Tako je.

V: Kakšne občutke imaš, ko pristopiš k televizijskemu novinarju, ko ga prosiš za sodelovanje? Narediš to samoiniciativno ali pod pritiskom?

O: Pri nekaterih sploh nimam težav, grem do njih spontano, pri drugih pa je tako, da mi je mučno iti, bi se raje izognila temu. Ampak to ni samo v odnosu do nas, če bi spraševala na

primer snemalce in asistente, bi ti isto povedali, da izrabljajo, ne razumejo sodelovanja, kaj pomeni ekipa. Tako da je odvisno. Nekaj novinarjev je, ki so sijajni, radi sodelujejo, sami prihajajo do nas, z nekaterimi pa enostavno raje ne bi imela nobenega opravka. Ker zelo ponižujejo, ko kaj rabijo, so sladki, ko pa ti prideš kaj vprašat, pa ti obrnejo hrbet, nočejo odgovoriti, te ignorirajo, tudi če dvakrat postaviš vprašanje, klasično poniževanje pač. Pri nekaterih spletnih kolegih sem opazila, da sploh ne želijo in jim je to popolnoma odveč, nekateri pa toliko skačejo okrog njih, da televizijci prej izvejo neko informacijo kot pa jaz, ki sem tam redaktorica, na primer.

V: Če dobro razumem, bolj spletni novinarji pristopajo k televizijskim s prošnjami po sodelovanju. Koliko pa je tega sodelovanja oziroma prošenj z druge strani?

O: Zelo zelo redko se zgodi in navadno gre za vedno iste osebe. Prihajajo po telefonske številke, včasih prinesejo material, ker ne morejo vsega objaviti v oddaji, in rečejo, naj objavimo mi in raziščemo dalje. To je fantastično in prav tu bi lahko sodelovali, ampak to so vedno isti ljudje, ki prihajajo s takšnimi prošnjami in predlogi, ki razumejo.

V: Če, skratka, povzamemo, gre za prenapihnjene egote ...

O: Ja, ampak je čudno, ker zakaj je pa na strani spletnih novinarjev takšna sramežljivost, zaničevanje, brez samozavesti, brez zaupanja vase. Če ti pride nek televizijski novinar in ti reče, popravi tisto, in ti greš direkt popraviti. Zakaj misliš, da ima on prav? Mislim, da sama politika medijskih hiš deluje na takšen način, v smislu »pumpanja« televizijskih novinarjev, naj dobro izgledajo, si ustvarijo ime, plačujejo njihovo ime, ženski zagotovijo porodniški dopust in vse, samo da se vrne. Spletni novinarji nimamo nič, ker se je enostavno zgradila takšna politika, da nisi »nitko i ništa«, mi pa to sprejemamo. Ali se vrnemo ali se ne ali damo odpoved, bomo že našli drugega. Pa to ni samo pri nas, ampak v Sloveniji na sploh, pa tudi kje v tujini verjetno. Ne povsod, nekatere tuje medijske hiše so to že dojele in svoje spletne novinarje zelo promovirajo. Pri nas? Pri nas bodo reklamirali našo posebno poročevalko, ampak ona je televizijska novinarka, moramo jih podpisovati s polnimi imeni, moramo tizati njihovo oddajo.

V: Zakaj pa se spletni novinarji ne podpisujejo s polnimi imeni?

O: Najhujše je, ko gledaš televizijske prispevke in tako rekoč recitiraš zraven tekst iz svojega članka ali pa iz novice STA. Pa se vseeno podpiše s polnim imenom in priimkom. Tako da, lepo prosim. Ali pa na primer zunanji novinarji. Isto naredi, no, pravzaprav dosti manj. Pogleda Reuters, najde posnetke ... Zakaj se mi ne podpisujemo s polnim imenom, ne vem. Ker so spletni novinarji pač manjvredni, ker se gradi na tem prepričanju. Dobre spletne novinarje bodo itak odstranili ali pa bodo sami šli drugam.

V: Bi ti šla na televizijo?

O: Huh, ne vem, če dovolj dobro zgledam ... (Smeh.) Bi šla, ampak ne na Pop TV. Če me pa Al Jazeera povabi, pa pridem delat.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo, kvalitetno?

O: Najbolj bistveno je to, da nisi PR služba, ampak z različnih zornih kotov predstaviš ali določeno vprašanje, določen dogodek. Da se iz teksta vidi, da ni le naštevanje in brez zaključka. Dobro novinarstvo začne v samih bralcih ... Ko preberejo tekst ali vidijo prispevek, nekaj premakne v njih, jeza, veselje, nekaj zbudi. Mislim, da ... Saj novinarstvo ne rabi spreminjati sveta, je pa odgovornost v smislu, da moraš nekaj dati bralcu.

V: Koliko se to uresničuje pri tvojem delu? Kje prihaja do razhajanj?

O: Mislim, da tega ni. Včasih se mi zdi, da smo mi na spletu PR agencija. Tisto, kar ti nek PR-ovec pošlje, moraš ti objaviti, pričakujejo, da bomo zelo nekritično pisali. Vem, da nismo komentatorji, ampak je pomembno, da na določene stvari opozoriš, saj zato tudi si novinar. To seveda izhaja iz tebe, ti moraš opaziti, da se v družbi dogaja nekaj nepravilnega. Držati se uravnoveženosti in objektivnosti kot pijanec plota je meni ... malo smešno. Ker če pogledaš potem nek prispevek, v katerem ne vidiš nobenega stališča izpostavljenega, kjer ni nobenega zaključka, si misliš na koncu, zakaj sem sploh to prebral. Tudi to, da ne bi smel postavljati vprašanja ... Ja, ne smeš se postaviti na eno stran, ampak če imaš na primer dogajanje v Egiptu ... Ali bi svet moral obsoditi dejanja egiptovske vojske in zakaj Varnostni svet ZN še vedno ni reagiral? Kaj je s takšnim vprašanjem narobe? Saj je res, da izhajaš iz sebe, ampak ne razumem, kaj bi bilo lahko narobe s tem.

V: Ali ni ravno to tisto, kar daje neko dodano vrednost novinarstvu, to, da zavzema stališče?

O: V spletnem novinarstvu pač tega ni. Tako smo šli daleč z objektivnostjo in nepristranskostjo, da je že boleče in dolgočasno. Po drugi strani pa gredo nekateri drugi novinarji v take skrajnosti in na tako perverzen način obtožujejo določene ljudi in že apriori ... Včasih že takoj, ko začneš gledati prispevek, veš, kako se bo razvil, da ga bo pač novinar popolnoma raztrgal. In te neke stare šole, ko so znali na še vedno objektivni in nepristranski način opozoriti na neke stvari, mislim da ni več, ker so jo uničili.

V: Govoriš o novinarstvu na sploh.

O: Ja. O spletnem da sploh niti ne govorimo. V spletnem pričakujejo, da bom vzela tisto sporočilo za javnost, malo lepše obrnila besede, kakšno zamenjala in to objavila. Ampak tako je. Spletni novinarji so dojeti kot niti ne novinarji ... Problem je v tem, da se lahko še tako trudiš in ustvarjaš ime, ampak politika je taka, da to ne deluje. Lahko delam stvari v prostem času, hodim na teren, sicer pa ... Jasno da je potem takšna situacija, kot pač je.

V: Spletni novinarji potem jemljejo preveč na lahko.

O: Ja, potem imaš takšne kikse, da res lahko nastane problem. Ker preveč neresno jemljejo stvari. Če imaš ime in obraz, vseeno bolj paziš. Definitivno dostikrat vidim, da se nekateri skrivajo za inicialkami. Ker če pogledaš tuje spletne strani, so tam imena.

V: Ja, ne vem, od kje je to. Od začetkov, ko je bilo spletno novinarstvo predstavljanje novic s tiskovnih agencij.

O: Ja, ampak potem smo mi lahko tiskovna agencija Pop TV, če hočejo tako delati. Če grem sama na tiskovko in napišem potem tekst, ne morem verjeti, kakšna je razlika med mojim in tistim prispevkom, ki pride na STA. Ampak zdaj mi pa povejte, hočete novinarje ali hočete novinarja, ki dela za tiskovno agencijo.

V: Verjetno ne vedo.

O: Ne, ker pri nas se sploh ne ve, kaj naj bi bilo spletno novinarstvo. Ni smernic, ni niti splošnih smernic, kaj šele smernic, po katerih ti spletnega novinarja pustiš, da se razvije, da preraste ta okvir. Tako da mislim, da mi ... Ne da nismo na začetku, mi nismo sploh še začeli razvijati spletnega novinarstva. Dostikrat sem spraševala, zakaj kot prva stran po branosti ne začnemo sami uvajati nekih smernic, ampak ni interesa. Ker je to preveč riskantno, gremo po kopitu, ki je preverjeno, konkurence, ki bi nas silila v nove načine dela, ni ... Enostavno se vrtiš v tem dolgočasnem krogu in to je to.

V: Novinar izgubi voljo in zadovoljstvo.

O: Ja, ampak spet pravim, to je zato, ker moramo biti vsi za vse, ne moreš se usmeriti na eno ali nekaj področij, ki bi jih pokrival. To bi bistveno spremenilo stvari, ljudje bi bili bolj zadovoljni, bolje bi delali, poznalo bi se na člankih. Ker zdaj se velikokrat zgodi, da kličeš okrog z najbolj neumnimi vprašanji, ki jih od tebe zahteva na primer redaktor. Potem pa slišiš, kako se govori, kako postavljamo butasta vprašanja ...

V: Se ti zdi, da imaš kot spletna novinarka manj svobode pri vsebinah, pri oblikovanju člankov, kot ima na primer nek drug novinar na nekem drugem mediju?

O: Jaz sem si kar vzela to svobodo. Ker ne mislim delovati po navodilih.

V: Kaj pa ostali? Se pričakuje večjo uniformiranost?

O: Ja, seveda se pričakuje. Saj sem že rekla, od tebe zahtevajo, da si tiskovna agencija oziroma PR služba. Jaz sem odprta za ideje, ne pa za navodila. Obstajajo meje. Tudi kar se tiče zgodb ... Včasih si prisiljen delati take zgodbe ... Kot na primer, da problematiziraš neke stopnice, na katerih ljudje padajo, zato da na koncu ugotoviš, da je neko žensko kap in je padla, drugi je bil pa totalno pijan. A je to za vas zgodba?

## Intervjuvanec G

V: Kaj je spletno novinarstvo po tvojem mnenju prineslo v novinarstvo, česar prej ni bilo?

O: Mogoče hitrost informacij. Ne čakamo, da bo oddaja ob 19. uri ali da bo časopis izšel naslednji dan. Pri nas se novice začnejo zjutraj ali pač ko se nekaj zgodi in se nato čez dan dopolnjuje, tako da je zvečer čisto drugačna kot na začetku. Pa dostop do informacij, ki ga imajo zdaj vsi. Ker na internetu je veliko informacij, nekatere so plačljive, večinoma pa pač neomejeno lahko dostopajo do njih vsi.

V: Je to spremenilo nek klasičen profil novinarja? Je spletni novinar drugačen?

O: Ja, mogoče. Ker mi dejansko takrat ... Ko se nekaj zgodi, mora biti to že na spletni strani, ne moreš iti takrat na kavo in malo razmisliti, kako in kaj boš napisal. Moraš biti hiter, moraš hitro razmišljati, biti okreten. Nimaš tega časa za razmislek, to potem šele naknadno, tekom dneva. Verjetno je res drugačen profil spletnih novinarjev. Ne predstavljam si nekoga, ki je recimo pisal kakšne teme za časopis vse življenje, ki je imel en dan ali več dni za nekaj napisati, da bi potem prišel na splet in raztural.

V: So torej izkušnje in veščine tistega, ki dela na spletu, drugačne? Kako postaneš dober spletni novinar?

O: Mislim, da se novinarstva delno tudi priučiš. Ne moreš začeti iz nule in biti dober novinar, ker si tudi vire nabiraš in podobno. V obeh smereh je razlika, mislim, da tudi nek televizijski novinar ne bi mogel biti takoj spletni novinar in tudi spletni ne bi mogel biti takoj televizijski. Enako časopisni. Ker je drugačen način dela, hitro je treba razmišljati, hitro objavljati. Če imaš informacijo, to še nič ne pomeni, biti mora objavljena, čim prej, takoj.

V: Se tega torej lahko vsak priuči?

O: Ja, mislim, da ja. Vedno sem stala za tem, da tisti, ki ima to neko žilico v sebi, se tega lahko priuči, v katerega koli novinarja.

V: Kako se ti počutiš v vlogi spletne novinarke?

O: Jaz sem že od vsega začetka na spletu, od vsega začetka delam kot spletna novinarica. Tako da se v tej vlogi dobro počutim, imam tudi veliko izkušenj. Zanimivo mi je, ker ni monotono delo. No, saj nobeno novinarsko delo ni monotono... Ja, v redu se počutim.

V: Kako je po tvojem mnenju spletno novinarstvo dojeta med drugimi novinarji?

O: Jaz že kakšnih deset let delam v spletnem novinarstvu. Mogoče od začetka so bili spletni novinarji nekakšni prepisovalci ali »kopipejstarji«, pa še vedno tudi so ponekod, zdaj pa čedalje bolj ljudje, tudi naši zunanji sodelavci, kot so PR-ovci in ostali, spoznavajo, da splet je hiter medij in da se je treba hitro odzivati. In to tudi razumejo, da komuniciramo preko telefona in preko elektronske pošte, da ne bomo prišli k njim po izjavo, ampak da nam jo pošljejo pisno in je to dovolj. Mislim, da je čedalje bolj cenjeno in da zunanji sodelavci

čedalje bolj spoznavajo, da je fajn, če najprej nam dajo informacijo, potem pa tudi ostalim, ki imajo oddajo ob določeni uri, na primer.

V: Se ti zdi, da tradicionalno so ti (PR-ovci, uradniki, politiki) preferirali druge medije, kot je televizija, časopis ...?

O: Ja, ampak to se spreminja počasi. Ni še na tej stopnji, na kateri bi si sama želela, da bi bilo, ampak se spreminja na boljše.

V: Kakšne razlike opažaš med vami in televizijskim uredništvom glede odnosa PR-ovcev, politikov, ...?

O: Oni zdaj v bistvu že razumejo. Da televizijski novinar bo potreboval izjavo pred kamero, mi pa ne. Tudi razumejo, da sta to dve ločeni redakciji. Včasih kličeš, pa ti rečejo, joj, saj je bila že vaša novinarka, pa moraš potem razlagati, ne, nismo bili mi, mi smo ločeno uredništvo. Mislim, da se v glavnem spreminja na boljše.

V: Pred časom ste se preselili v skupni prostor skupaj s televizijskimi novinarji. Kaj je to dobrega prineslo in kaj slabega, če sploh kaj?

O: Mislim, da je to združeno uredništvo prineslo samo pozitivne stvari. Ne vidim slabih strani. Ker sodelovali smo dejansko že prej, zdaj se pa tudi gledamo, ker smo v istem prostoru. Tako da lahko prideš do človeka, ga pokličeš, imaš skratka ta osebni stik z njim.

V: Kako po tvojem mnenju tvoji sodelavci gledajo na to? Se vsi počutijo tako dobro?

O: Ne vem ... Ne bom govorila o tem, kako se oni počutijo, ker se ne znam postaviti v njihovo kožo. Lahko govorim samo zase.

V: Zanima me tvoja percepcija.

O: Kaj pa vem, biti moraš ... Saj pravim, je razlika med televizijskim, časopisnim in spletnim novinarjem. Mogoče je spletni novinar zaradi te hitrosti pod določenim pritiskom. Po mojem zaradi hitrosti ali včasih zaradi odnosa PR-ovcev, na primer, zaradi česar ne pridejo takoj do informacij, mogoče je ena frustracija.

V: Pa misliš, da prisotnost televizijskih novinarjev še bolj vpliva na to, potencira te občutke?

O: Jaz prisotnost televizijskih novinarjev pri nas vidim samo kot pozitivno stvar. Zaenkrat. Ker jaz sem vedno govorila, da mi je težko klicati nekega človeka, ki je praktično zaposlen v isti hiši, pa ne veš, kako zgleda in on ne ve zate.

V: Kako po tvojem spletni novinarji gledajo na televizijske novinarje, kot na enakovredne sodelavce ali kako drugače?

O: Jaz gledam televizijske ali pač katere koli druge novinarje čisto enakovredne spletnim novinarjem. Kako oni nas doživljajo, je drugo vprašanje, bi morala njih vprašati. Za njih res ne morem govoriti. Sicer pa jaz na njih gledam kot na enakovredne. Recimo, ko delaš neko



temo, sodeluješ s televizijskim novinarjem, ki dela isto temo, nekaj ti izveš, nekaj on izve ... Izmenjuješ si informacije.

V: Bi rekla, da igra kakšno vlogo v tem, da jih malo bolj enakovredno doživljaš kot tvoji sodelavci, dejstvo, da imaš drugačno vlogo v uredništvu, bolj »researchersko«, delaš več svojih zgodb, imaš mogoče več virov kot tipičen spletni novinar, ki navadno nima časa za to?

O: Mogoče, ja. Ampak po drugi strani, ne glede na to, ali si spletni novinar raziskovalec, redaktor ali v navadni izmeni, mislim da smo v naši redakciji vsi enakovredni, ni neke hierarhije. In mislim, da bi vsak spletni novinar moral imeti svoje vire, ne samo spletni, vsak novinar.

V: Kako bi pa ocenila njihov odnos do vas, spletnih novinarjev?

O: Ne vem.

V: Povej mi, kakšne izkušnje imaš.

O: Skozi izkušnje lahko rečem ... Razlika med nami je ta, da oni hodijo na teren, mi pa smo načeloma tukaj. Tudi hodimo na teren, ampak na izbrane zadeve. Tako da mogoče imajo oni kakšno slabšalno mnenje o nas, zato ker ne hodimo na teren. In potem si on misli, ves dan sem preživel tam, zdaj bom pa temu kar dal informacije. Ampak jaz načeloma, iz svojih izkušenj lahko povem, da nekih negativnih izkušenj nisem imela, je pa včasih ... Je zaznati, da skrivajo neke informacije pred nami.

V: Zakaj je tako?

O: Če on pride do neke ekskluzivne informacije, razumem, da bo to zadržal zase ... Jaz to razumem, kot novinar. Verjetno bi mi ... Mi v takšnih primerih isto naredimo, samo da pri nas je razlika ta, da imamo takoj vse objavljeno na spletu in dejansko oni lahko vidijo, mi pač ne zadržujemo ekskluzivnih informacij. Vse mora biti čim prej objavljeno.

V: Ok, rekla si, da to razumeš. Pa misliš, da je tako tudi prav, dolgoročno učinkovito?

O: Dostikrat se je izkazalo, da so imeli neko ekskluzivno zgodbo, potem je pa nek drug medij, še preden so ti objavili, prišli do zgodbe. In potem smo imeli mi z zamikom kakšnih 15 minut ali pol ure to objavljeno, čeprav smo že ves dan vedeli za to. V določenih primerih pa se je ta ekskluziva pokazala pozitivna tudi za nas, ker je dejansko ni imel noben drug medij, potem jo je pač 24UR objavil, takoj za njimi pa še mi. In grejo ljudje potem tudi k nam pogledati to. Razumem jaz novinarja, če je nekje na terenu in nekaj izve, jaz to razumem, da skuša zadržat to informacijo za sebe. Ampak mogoče je Slovenija malo premajhna, novinarji se poznajo, si povedo stvari in potem se hitro izve.

V: Se sploh kdaj zgodi, da televizijski novinar pride, pa reče, evo, dajmo to čim prej objaviti? Prva je vendarle informacija in interes javnosti, ne pa čakanje z zgodbo le zato, da boš ti v oddaji lahko prvi povedal nekaj o tem.

O: Ja, se zgodi. To je zelo odvisno od človeka do človeka. V bistvu vedno isti ljudje hodijo k nam, nam dajo kakšne dokumente, drugi pa nikoli ne pridejo. Ampak mislim, da je to bolj karakterno ... odvisno. Ker je dogovor, da moramo sodelovati, ne smemo skrivati informacij in podobno.

V: Bi potem rekla, da je ta fizična bližina pozitivno vplivala na sodelovanje?

O: Absolutno. Pa tudi zaledje medijske hiše. Ker drugi spletni mediji, ki nimajo tega, imajo manj informacij, manj video materiala, multimedije.

V: Rekla si že, da je več prošenj po sodelovanju s strani spletnih novinarjev. V katerih primerih pa pristopajo televizijski?

O: To je zelo odvisno od novinarja do novinarja. Nekateri stalno hodijo, ko dobijo dokumente, kakšno ekskluzivno informacijo. Pa čeprav jo potem šele v oddaji objavijo, ampak nam vseeno prej povedo. Drugače pa pridejo tudi, ko vedo, da ekskluzive ne bodo mogli pripraviti do oddaje, pa jo dajo nam, oni pa jo na primer naslednji dan razširijo. Pa tudi tako je ... Oni so časovni omejeni v svojih prispevkih, mi pa nismo. Jaz vedno pravim, splet prenese vse. Mi lahko objavimo in dokumente in daljši video, daljše besedilo, ne morem reči z več odzivi, ampak tem odzivom lahko namenimo več prostora.

V: Pa vzniknejo te prošnje po sodelovanju samoiniciativno ali so spodbujene, po navodilu?

O: Nek dogovor je, da ne skrivamo informacij in si jih izmenjujemo. Mislim pa, da je sodelovanje še vedno na tej stopnji, da je čisto od osebnega ... Od osebne odločitve novinarja odvisno, ali bo prišel ali ne.

V: Kaj pa kar se tiče spletnih novinarjev?

O: Redaktor ti lahko da določena navodila in usmeritve, ampak to, katere odzive boš iskal, je odvisno od tebe. Saj je stvar dogovora, včasih se posvetujemo in dogovorimo, koga bomo klicali in podobno, ampak načeloma si ti tam kot novinar suveren.

V: Je torej izključno od tebe odvisno, ali boš šel do televizijskega novinarja in ga prosil za informacije?

O: Po mojem ja.

V: Se ti zdi, da je znotraj hiše odnos do spletne ekipe drugačen kot odnos do televizijske?

O: Hja, ne vem. Z nadrejenimi ravno nimam veliko stikov, komuniciram z urednico, pa tudi z urednico 24UR, s kom drugim pa načeloma ne.

V: Ok, ampak kaj se ti zdi glede na politiko hiše, pravice, plače in podobno?

O: Za plače ne vem, kakšne imajo televizijski, tudi ne vem, če se je kdaj kaj o tem govorilo. Ne vem ... Ne znam odgovoriti na to vprašanje, kako smo skozi oči nadrejenih.

V: Kaj pa skozi tvoje oči, se ti zdi, da imajo več pravic kot vi?

O: Jaz nimam občutka, da se komu zdi, da smo mi manj vredni ... Da bi bili izključeni iz tega integriranega uredništva.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo? Katerih načel se mora dober novinar držati?

O: Kodeksa, če mene vprašaš. Jaz sem si ga dvakrat prebrala... In bi ga moral vsak. Skratka, moraš podati uravnoteženo informacijo, dobiti odzive vseh vpletenih strani, če se le da, včasih ne gre, ker ti nočejo odgovarjati. Biti moraš objektivni, kakšne teme se raje na primer ne lotim, če nisem objektivna, jo dam komu drugemu. Včasih si pač osebno vpleten. Ja, to, skratka, uravnoteženost in objektivnost. Pa čim več virov, čim širše gledati. Pa vedno se tudi postaviti v vlogo bralca in se vprašati, kaj bi njega še zanimalo. Da mu daš neko informacijo, iz katere se bo nekaj naučil, da mu bo prišla prav, jo bo lahko uporabil.

V: Omenila si uravnoteženost in objektivnost, že prej si pa dejala, da je spletni novinar velikokrat pod časovnim pritiskom. Mogoče včasih zaradi hitrosti katero od teh načel trpi?

O: Odvisno od teme. Kakšna mora biti takoj na strani in nimaš časa, da bi iskal še veliko odzivov, če pa imaš neko temo, ki se ji lahko posvetiš, potem pa iščeš veliko virov. Odvisno. Včasih se res mudi.

V: Kaj po tvojem mnenju še presodi o objavi določene novice na spletu? V tradicionalnih medijih (vsaj tradicionalno) objavo določa ali naj bi določal interes javnosti, pravica javnosti, da izve za politično delovanje relevantne informacije. Kaj pa na spletu, je še kaj drugega, kar presodi? Prej si rekla, da splet prenese vse.

O: Mi smo komercialna medijska hiša, tako da nekatere novice objavimo zaradi pritiska marketinga in to objaviš kot prikrito oglaševanje. Ali pa nečesa ne smeš objaviti, ker ti marketing ne dovoli, ker neko podjetje, o katerem je novica, pač ne oglašuje pri nas.

V: Je enak pritisk tudi na televizijo?

O: Mislim, da je.

## Intervjuvanec H

V: Kaj spletno novinarstvo prinaša novega v delo novinarja po tvojem mnenju?

O: Za začetek se popolnoma razlikuje časovni ustroj dela. Tukaj je edini pogoj, da se zadevo čim prej objavi, da imaš čim prej informacijo, medtem ko drugje imaš določeno uro, ko gre oddaja v živo ali časopis v tisk. To je res bistvena razlika, ker to velikokrat pomeni, da v tistem kratkem času, ki ga imaš za objavo, lahko slabše preveriš informacije, žal, dobiš manj sogovornikov, manj mnenje zaradi tega. Skratka, hitreje pridobiš tisto osnovno informacijo, ampak je pa zato ... Ogromno, ogromno izgubi na globini, dosti manj je poglobljeno. Mogoče tudi dosti manj kredibilno zaradi tega.

V: Kako se na podlagi teh razlik razlikuje profil spletnega novinarja v primerjavi z nekim tradicionalnim novinarjem? Kaj torej ločuje spletnega novinarja od nekega novinarja z drugega, nespletnega medija?

O: Po mojem bi moral zelo, zelo dobro obvladati jezik. Ker gre za to hitrost in veliko produkcijo in logično je, da ne bo vedno nekdo lahko prebral za tabo in popravljaj stvari. Z obvladanjem jezika mislim tudi na »prevajanje« policijskih poročil in PR člankov v vestičke, da postane to normalen jezik. To je prva stvar, ki je na televiziji ali časopisu ni, te takojšnjosti. To pomeni, da lahko bolje razmisliš, preišljeno oblikuješ, nekdo prebere za tabo ... Je pa res, kar je tukaj plus, da stvari ne ostanejo, jih lahko konstantno popravljaš in spreminjaš. To je mogoče tudi ena taka mala razvada, ker na to naj se ne bi pretirano zanašali, pa se.

V: Ko že omenjaš prevajanje policijskih poročil in PR člankov. Mnogi novinarji so se mi pritoževali, da se počutijo kot neka PR služba, ker morajo vse to objavljati, precej nespremenjeno. Kaj bi rekla na to, kot urednica, ki vendarle postavlja neke smernice?

O: Pred časom je prišel dekret, da moramo objavljati čim več novic. Kar pomeni, da se je odprlo ogromno, ogromno nekih zgodb, ki se ves čas dogajajo, ki niso pretirano zanimive, ampak če zgodbo odpreš, jo moraš tudi nadaljevati, kot se odvija. Kar pomeni, da imamo zelo veliko nekega balasta, ki ga je pač treba pokriti. To pa potem pomeni, da nekdo, ki bi rad delal na svoji zgodbi, ne more. In tako je, da če delaš tak tip novinarstva, si nekih raziskovalnih člankov ne moreš privoščiti, oziroma lahko jih, ampak potem moraš prilagoditi urnik in delati poleg tega »rednega« dela še svoje zgodbe. Res je, da je veliko preveč vsega, preveč teh zgodb, ki jih je treba spremljati, tega prepričanja, da če eno mnenje objaviš, je treba potem tudi vsa druga. Načeloma sicer ni treba objaviti prav vseh, ampak ...

V: Bi rekla, da je ta objektivnost na spletnem novinarstvu prignana v ekstrem? Kar nekaj novinarjev mi je potožilo, da se jim tako zdi. Da se tudi PR-ovcem zdi, da se njihovo sporočilo za javnost preprosto mora pojaviti na spletu, če so ga poslali, in to skorajda v takšni obliki, kot so ga poslali.

O: Težave so s točno določenimi PR-ovci in se tudi ve, s katerimi. Imajo jih tudi točno določeni ljudje ... Je pa problem. Če na primer komu daš to za delati, za narediti povzetek

takšnega sporočila, to ne pomeni, da mora dobesedno vse dati v novico. Moral bi prebrati in zadevo povzeti v treh stavkih, ampak to je težko. Zato večina naredi tako, da »skopipejsta«, doda v novico, potem se pa jezijo.

V: Lenoba, torej.

O: Delno tudi, ja. Ampak bolj časovni pritisk.

V: Kako se ti počutiš na svojem delovnem mestu?

O: Uf! (Smeh.) Kaj naj rečem. Od tebe pričakujejo, da boš o vsem ves čas vedel, kaj se dogaja, da boš sproti prebral vse novice, ki jih dobiš, vse novice, ki jih ljudje naredijo, da boš ves čas menjaval fotografije pri novicah, videe, naslove, novice na naslovnici, odgovarjal na telefonske klice, poslušal živčne ljudi okrog sebe. Tako da ... Ni mi kul. Samo delo je super, ampak preveč je vsega tega ... Za vse si odgovoren, ko nekdo naredi napako, na primer, takrat, ko nekdo nekaj dobro naredi, pa ti nimaš nič s tem.

V: Se ti zdi, da te cenijo?

O: Če že, potem to dobro skrivajo. Pri nas je to itak en tak problem. Dvema se vedno da vedeti, da sta cenjena, potem je še nekaj takih, ki tu in tam dobivajo priznanje, da so nekaj dobro naredili, to je pa vse. Nam manjka ta spodbuda, da smo nekaj dobro naredili. Če se nekdo na primer res poglobi in naredi super zgodbo, potem vsi pozabijo na tistega drugega, ki mu to omogoči, ki tisti dan prevzame vse ostalo delo, da prvi lahko naredi zgodbo. Pa ta dejansko več dela. Je pa tako ... Hvalabogu, da se kdo loti delati tudi takšne stvari, ker sicer bomo pa res postali slabša različica STA.

V: Koliko pa je tega dejansko, koliko najdete časa, koliko je spodbujano s strani nadrejenih?

O: Odvisno je, zelo. Po navadi je odvisno od tega, koliko se na določen dan dogaja, ker če je preveč stvari za spremljati, ne gre skozi. Je pa res, da če imaš neko pomembno zadevo, jo lahko tudi razdeliš in se eden določenemu aspektu posveti bolj.

V: Če bi potegnila črto pod vse svoje izkušnje na Pop TV, kaj bi rekla, koliko je spodbujano ustvarjanje neke presežne vrednoti v spletnem novinarstvu?

O: Ne vem, sploh ne vem, kako bi odgovorila. To dejansko se spodbuja, večinoma na sestankih, kjer se pogovarjamo, česa je premalo in podobno. Ampak po drugi strani, nekdo, ki se stvari loti, pa ne dobi nobenega »feed-backa«. In tudi če dobiš 50 evrov več na račun, to ne pomeni nič, ker dejansko ogromno ljudi sploh ne ve, koliko dobivajo. Bi bilo boljše, če bi nekdo prišel do tebe in ti rekel, ej, svaka čast. Ampak mislim, da se. Spet je odvisno, tudi od tega, kakšno ekipo imaš na določen dan v službi. Če so to kakšni novi, ki se šele uvajajo, je malo težje.

V: Koliko je med narejenimi zavedanja, da je te nove ljudi potrebno dobro in kvalitetno uvesti v delo, ker je to odgovorno novinarsko delo, ki vpliva na veliko ljudi?

O: Te, ki so zdaj prišli na novo, se je veliko boljše uvedlo kot pa na primer prejšnjo »generacijo«. Oni so prišli in bili vrženi v vodo, tako rekoč ...

V: Glede na to, da si sama prej delala na televiziji, verjetno lahko primerjaš uvajanje tukaj in tam ...

O: Če sem čisto iskrena, na televiziji ni bilo nikakršnega uvajanja. Jaz sem prišla na prakso in so očitno videli, da znam napisat tisto, kar je treba, in so se odločili, da bi lahko ostala. Potem je bil pa itak 11. september in smo vsi morali delati vse ... Je pa res, da je bilo veliko manj pritiska, zelo dobra ekipa, z vsemi se je dalo pogovarjati, vse vprašati, kar koli si potreboval ... In na koncu dneva si dobil kakšno pohvalo, in to je tisto, kar ti da zagon. Ker tukaj je pa ... Ja, ja, saj je ok.

V: Kakšen prispevek k novinarstvu ima nek spletni novinar v primerjavi z, denimo, televizijskim? Kako ocenjuješ svoj prispevek, pomembnost?

O: Moralo bi biti neko sodelovanje. Ker ti tiste prve informacije dobiš s spleta, tudi televizijski novinar jih velikokrat dobi. On gre pa potem na teren in dobi še tisto nekaj več. Je pa tako, da če si non stop na terenu, si spleteš vezi z ljudmi. Ker če si ves čas na telefonu ali, še huje, komuniciraš preko elektronske pošte, kar se je zelo razpaslo pri nas, je drugače kot če greš, daš človeku roko in se pogovoriš z njim. Ker če z imenom povežejo tudi obraz, ti bodo takoj več povedali. So ... Na nek način so na boljšem ti televizijski, časopisni in radijski novinarji, po drugi strani pa se vsi začenjajo zavedati, kako pomembno je informacijo čim prej objaviti. Zaradi tega ima spletni novinar svoj plus.

V: Kaj bi bila ti raje, če bi lahko izbirala?

O: Ne vem, res ne vem. (Smeh.) To bi bila najbrž. Hmm. Ne vem. Pred enim letom bi gotovo rekla televizijski, zdaj pa ... Recimo spletni, ampak če bi imela bolj na »easy« službo. Da te pustijo pri miru, da se lahko ukvarjaš s svojimi stvarmi, dobiš kakšno dobro temo, da se ji posvetiš.

V: Misliš, da se bo spremenil ta način, da je v spletnem novinarstvu presežna vrednost bolj izjema kot pravilo, ali misliš, da bo tudi v prihodnje takšna masovna produkcija novic iz pisarne?

O: Ja, nekaj se bo moralo spremeniti. Mi imamo dva novinarja, ki naj bi bila, recimo, preiskovalna. Vprašanje je, koliko to sta, ampak načeloma naj bi bila. (Premor.) Saj se spreminja počasi, zdaj naj bi še ena novinarka začela bolj s svojimi zgodbami. Tako da ja, mislim, da bo počasi več tega.

V: Kako drugi novinarji gledajo na spletne kolege? Na tebe, recimo?

O: Ni več tega, se mi zdi. Saj vemo, kako je bilo – mi smo najboljši, vi ste pa tam raja nesposobna. Ne vem. Otroški vrtec za nesposobne novinarje. Zdaj se je to spremenilo. Predvsem ti, ki so na novo prišli na televizijo, pridejo, dajo informacije, gremo mi k njim, nam povejo, mi njim povemo. Dosti bolj teče to sodelovanje kot je pred časom. Je pa res, da

nekateri še vedno skrivajo informacije. Ampak to so bolj redki. Klasika, tisti, ki so »wannabe«, ki niso ravno presežek, tisti bodo skrivali in se počutili visoko ... Na primer. Najboljša novinarka na 24UR, ti bo dala informacije, če bo imela ekskluzivo, ti bo povedala in vse razložila, da boš ti pripravljen na objavo, ko bo ona objavila. In takšnih je še nekaj. Kar se urednikov tiče, nekateri zelo sodelujejo in nas upoštevajo, si izmenjujemo predloge in nasvete, celo razdelimo ekipe, na primer. Če že oni nekam grejo, ni treba, da še mi pošiljamo nekoga. Kakšni drugi medtem na sestankih skrivajo in nočejo sploh o temah, ki jih bodo pokrivali in z nami delijo samo banalnosti.

V: Je na izboljšanje sodelovanje vplivalo združevanje uredništev?

O: Mogoče malo, ampak ne toliko. Ker se je že prej začelo. Združeno uredništvo je vplivalo predvsem na to, da vse boli glava, da bomo vsi dobili očala in da pljuča več ne vedo, kaj je svež zrak.

V: Ker je v podzemlju.

O: Grozno. Velik prostor, ogromno ljudi, nič zračenja.

V: Kako pa tvoji sodelavci gledajo na televizijske novinarje?

O: Hmm. Ne vem. (Premor.) Ne, ni občutka o enakopravnosti, še vedno je tisto prepričanje, da so televizijski novinarji nekaj veliko več. Hkrati pa jeza, ker bi ti radi bili nekaj več. Sicer so spet razlike med posamezniki, ampak veliko je takšnih, ki si skorajda ne upajo pristopiti k nekemu s TV, po drugi strani pa tam »penijo« čez njim. Gre za to, da ta strah izhaja ravno iz ... Jeza izhaja iz tega občutka, oni so tam neke zvezde, mi smo pa pisarniške miši.

V: Od kod pa to izhaja po tvojem? Rekla si, da televizijski novinarji ne dajejo razlogov za takšne občutke.

O: Ne več. Ampak to je trajalo zelo dolgo, to obdobje, ko so dajali takšen občutek. Malo je torej to, da se je ukoreninil ta občutek, po drugi strani se pa tudi znotraj hiše ve, kdo je koliko pomemben. To pa še vedno. Če smo se mi med sabo nekako izravnali oziroma je ta razlika vse manjša, pa imajo tisti v pisarnah še vedno popredalčkano in razdeljeno ...

V: Zakaj?

O: Kokoške nosijo zlata jajca. To je vendarle 24UR, ne pa pikakom. Čeprav saj ... Nimam v bistvu občutka, ampak stvari se verjetno obračajo. In oni bodo morali to ugotoviti. Tudi ... Če z internetom ne zaslužijo toliko, kot lahko bi, to ni problem v nas, ampak v tistih, ki bi morali stvari prodajati, pa jih ne. Sicer pa je tako, ja ... Veliko je tega. Če oni (šefi, op.a.) na primer nekaj predlagajo ali se pritožijo, ni odziv tak, v smislu, kaj si pa mislijo, da so, ampak tak, da se tebi zdi, da si tam nek mali nepomembnež in da so oni delali veliko, kar pa po mojem ni čisto res.

V: Je to združeno uredništvo torej prineslo več nelagodja ali več pozitivnih plati?

O: Pravzaprav živimo precej eden mimo drugega.

V: Ni dejanske integracije?

O: Ne, ni, ne. Tudi če smo skupaj ... Večkrat se zgodi, da gre kdo kdaj koga kaj vprašat, ampak smo še vedno precej ločeni. En tak neviden zid nas deli, oni se tam zabavajo, mi pa smo pridni. Mi smo bolj takti, oni imajo pa svoje izbruhe veselja ... Ni neke hude integracije. Mogoče pač rabiš čas. Saj se zgodi, da gre kdo večkrat koga kaj vprašat, hodiš malo naokrog, en drugemu vpije čez redakcijo, kar je bilo še par mesecev nazaj nezaslišano ... Pa itak so problemi, itak je drugačen način dela. In nikakor se ne pokrijemo, ko imajo eni veliko dela, ga drugi nimajo. In potem se tisti sprostijo in grejo tistim drugim na živce.

V: Torej kaj bi rekla glede sodelovanja?

O: Ma počasi gre to, ampak je vplivalo. Počasi tudi oni dobivajo občutek, da tam nekdo, ki dela na internetu, ima neko znanje, ni »kr en lolek«, ki pretipkava STA, kar je dolgo časa veljal.

V: Si čutila tudi sama to, ta podcenjujoč odnos, takrat ko je bil še bolj izrazit, kot praviš?

O: Recimo takrat, ko sem delala hkrati tudi na televiziji, sem nekaj časa z vsemi štirimi branila splet, nekaj časa pa televizijo. Ko sem bila na bila na spletu, sem branila televizijce, ko sem bila na televiziji, sem branila splet. Eno tako nerazumevanje je prevladovalo na obeh straneh.

V: Kdo več prihaja h komu s prošnjami po sodelovanju?

O: Ne vem, če je kakšna velika razlika. Mislim, da se je kar izenačilo. Saj tega ni veliko, ne narobe razumeti. Ampak mislim, da je zaenkrat kar izenačeno. Je pa res, da bi lahko marsikdo od spletnih novinarjev marsikdaj vstal in še nekoga na 24UR vprašat, pa tega ne naredi, ampak raje zavrti nekaj telefonov več.

V: Ker mu je nelagodno ali bi rad sam pobral zasluge?

O: Bolj nelagodje. (Premor.) Po drugi strani je pa tako, da če mi ne povemo vsega televizijcem, so neprimerljivo večje težave ... Zadnjič smo imeli neke dokumente in smo objavili zgodbo, ne da bi jim šli povedat. In je bil takoj problem, so začeli klicati šefi, da kaj se gremo. Ampak po drugi strani je bila zadeva ob 3. uri popoldne objavljena, z dodanimi dokumenti, s sogovorniki, kolegica je naredila res dobro zgodbo. In potem, zakaj nam niste povedali. Saj je bilo na internetu! Štiri ure pred vašo oddajo. Lahko bi naredili nekaj na kratko, pa tizali na naš članek. Ampak problem pri njih je, da imajo še vedno tisti odnos, kdo ste sploh vi, potem pa ves čas brskajo po Žurnalu.

V: Kaj je zate dobro novinarstvo? Izpostavila si že kredibilnost, preverjanje informacij.

O: Prvo je to, da moraš imeti dobro mrežo virov. Drugo je, da preveriš informacije, ampak s tem, da najprej premisliš, kje in pri kom boš preverjal, da ne dobivaš vedno enakih mnenj. Tretja stvar je jezik. Naloga novinarja je, da dobi cel kup informacij, da zna tisto prebrati, razumeti in nekemu navadnemu Pepčku iz Spodnje Kungote povedati tako, da bo on to razumel.



V: Koliko pa se to dejansko uresničuje na 24ur.com oziroma pri tvojem delu?

O: Na načelni ravni se upošteva, vsi vemo, kako naj bi bilo. Dejansko pa ... hmm... odvisno od človeka do človeka. Nekateri imajo takoj idejo, kje dobiti informacijo, drugi takoj vedo, kako stvari obrniti, kako dobro postaviti zgodbo. Osebno mi je veliko bolj pomembno drugo, ker konec koncev do dobrih sogovornikov bo po dobrem premisleku prej ali slej prišel vsak. To, da znaš zgodbo dobro povedati, je pa ... Pač imaš ali pa nimaš.

V: Vrniva se k tisti manjši kredibilnosti spletnega novinarstva z začetka intervjuja. To nje kar drzna trditev.

O: Ja, ampak to sem mislila znotraj novinarskih krogov, kolegov z drugih medijev. Za nekega bralca to ni pomembno, po mojem. On pač potrebuje neko določeno informacijo ...

V: Se ti zdi, da bralci oziroma uporabniki sploh razlikujejo medije, prepoznavajo razlike, oblikujejo hierarhijo?

O: Ja. Veliko hitreje verjamejo vsemu, kar slišijo po televiziji, veliko, veliko hitreje. Mislim, da na spletu ... Vsaj sodeč po komentarjih, se zelo išče napake na spletu. Dostikrat jih pa sploh ne razumem. Včasih je kakšen članek, ki je res dobro narejen, totalno popljuvan, včasih pa nekaj površnega, na hitro narejenega, dobi ogromno pohval in pozitivnih komentarjev. Zadnjič sem sama naredila nekaj podobnega, članek s fotografijami in kratkim tekstom, ki se je meni zdel za nič, komentarji so bili pa odlični.

V: Mogoče je posebnost spletnega novinarstva prav to, da ima svoje posebnosti in drugačne zahteve po podajanju zgodb.

O: Ja. Kot prvo, ne smeš dolgoveziti. Pomemben je naslov, slika, kam boš umestil fotografije ... Kakšen je video material, kaj izpostaviš. Od vsega tega je odvisno, koliko bodo ljudje brali, tudi koliko časa si bodo vzeli za določen članek.

V: Kaj pa razlike glede tega, kaj določa objavo? Obstajajo razlike med različnimi mediji, če to niso ravno tiste najbolj relevantne, najpomembnejše novice, ki so na določen dan v vseh medijih?

O: Ja, so razlike. Na televiziji presodi o objavi to, ali obstaja slika, video material. Če tega nimaš, če nimaš s čim pokriti, je lahko vrhunska zadeva, pa bo izvisela. Pri televiziji je treba neke velike, kompleksne teme razbiti na manjše sklope. Na spletu tega ni toliko, pozornost lahko ohranjaš že s tem, da spreminjaš naslov, fotografije.

V: Kaj pa odloča na spletu? Že nekaj ljudi mi je reklo, internet prenese vse.

O: Na žalost. Ampak je res.

V: Je uredniška politika preiščljena ali se objavlja tudi stvari, ki se izkažejo za nerelevantne?

O: Odvisno, zelo odvisno. Zelo velik pritisk je glede branosti in ratingov. Tako da so tiste stvari, ki se jih spremlja, ker pač morajo biti, vmes je ogromno nekih odprtih zgodb, ki se počasi odvijajo in jih je treba skoraj vsakodnevno spremljati. Potem so pa še zgodbe, ki so

tam zaradi branosti, kot so trači, bizarne novice ... Grozljivo je, kakšne stvari se včasih objavljajo.

## Intervjuvanec I

V: Je spletno novinarstvo na kakršen koli način spremenilo klasično razumevanje novinarstva? Debat o tem je veliko.

O: Ja, nekateri pravijo, da je, da še bo ... Ampak bolj kot se razvija, bolj se mi zdi, da ne. Na začetku je še bilo eno tako prepričanje, ker je bila novost, pa da poudarja takojšnjost, da je bolj novičarsko ... Saj je, bolj novičarsko je. Ampak saj konec koncev je radio na enak način. Takoj ko se zgodi, daš gor. Poročila so vsake pol ure, pri nas se stran obnovi vsakih pet minut. Tako da, saj je isto. Ne vem, če je v tem smislu kaj spremenilo. Mogoče samo v tem smislu, da lahko vključuješ različne formate, video, avdio, slike, tekst. Multimedijalnost, to je edina sprememba, ki jo vidim. Kar se tiče novinarskega dela, se mi pa zdi, da je, vsaj kar se mene tiče, novinarsko delo vedno novinarsko delo. Raziskuješ, dobiš informacijo in sporočaš, kaj se dogaja, in to je povsod.

V: Se ti ne zdi, da je novinarsko delo niti malo drugače, niti v smislu, kaj vem, pritiskov, zahtev, ...?

O: To se je kvečjemu prej, z razvojem interneta. Jaz bi predvsem rekel, da so novinarji več v pisarnah in delajo od tam, kar je slabo, če mene vprašaš. To tudi pri nas vidiš.

V: To je pomembna novost, se ti ne zdi?

O: Ja, ampak ni treba, da je tako. Jaz hodim na teren, veliko in bi rad še več.

V: Zakaj pa vsi ne hodijo?

O: Ne vem, ker se jim ne da. Saj to je problem. Internet je povzročil, da ti ni treba iti, ker imaš vse na doseg roke, če hočeš. Tako da meni se zdi, da je to predvsem lenoba. No, pa tudi čas včasih. Saj je res, da če hočeš biti hiter, morajo biti nekateri tudi v pisarni in delati od tam. So pa bolj sveže in zanimive informacije vedno na terenu. Tudi socialno mrežo si veliko lažje ustvariš na terenu, ker po telefonu in mailu so informacije vedno ... Da se snemati in so informacije zato vedno uradne ... Na terenu je čisto drugače. To je minus interneta. Po drugi strani pa požira druge medije, ker ljudem ni treba več kupovati časopisov.

V: Ampak redaktorice je zelo težko pošiljati ljudi na teren, ker je ta pritisk, da mora biti stran napolnjena z novicami, da je treba imeti ves čas sveže novice, ... Tega ne moreš imeti, če imaš vse novinarje na terenu.

O: Hja. Ampak to je čisto odvisno od urednika, ne moreš tega kar posplošiti. Od njega je odvisno, ali želi imeti kvaliteto ali napolnjeno stran. 24ur.com je recimo novičarski medij, ampak vsi niso takšni ...

V: No, v Sloveniji kakšnega drugačnega spletnega medija ni.

O: Itak je večinoma tako, da je spletno novinarstvo ... se razvilo iz nekega drugega, klasičnega medija. 24ur.com se je na primer razvil iz 24UR, Dnevnikova stran iz časopisa, ...

Medijev, ki bi bili zgolj na spletu, praktično ni, saj verjetno se bodo pojavili, ampak zaenkrat ...

V: Se ti zdi, da bi bil konkurenčen takšen medij, vsaj v trenutnih razmerah pri nas?

O: Ne, sigurno bi imel eno pomanjkljivost. To je to, kar daje dodano vrednost, ta klasičen medij. Saj 24ur.com je skorajda samostojen medij, mi se zelo malo opiramo na televizijo, se pa.

V: Se ti zdi, da se malo?

O: Kaj pa vem, saj nekaj sodelujemo. Ampak vedno več skušamo tudi sami delati. Delamo itak ločeno, mi gremo sami na teren. Kakšne informacije dobimo tudi od njih, ampak ne pa zdaj večine.

V: Kakšen je profil spletnega novinarja v primerjavi z nekim klasičnim novinarjem? Rekel si že, da je to še vedno novinarsko delo, ne glede na drugačen medij.

O: Ja, meni se zdi, da je profil novinarja profil novinarja. Edino, če bi se začel razvijati ... Mogoče neke vrste fotoreporter oziroma videoreporter ... Ampak tega ni, ne gre v tej smeri. Je pa res, da se vsi bolj ukvarjamo s to tehniko. Ampak saj to konec koncev obvlada tudi televizijski novinar.

V: Se ti zdi, da ni nobenih posebnosti, ki so značilne za profil spletnega novinarja? Če ločujemo med televizijskim in radijskih, menda lahko tudi med televizijskim in spletnim, denimo.

O: Ja, ok, lahko bi rekel, da je veliko več »kopipejstanja« ... Saj na radiu je, na primer, tudi, ampak oni morajo na teren, da dobijo izjave. Ampak recimo, da je več kopipejstanja, ker je tudi več novic, nisi omejen s prostorom, kar je fajn, ampak se moraš sam omejiti, sicer je dolgozezenje ... Hja ... Ja, tako hitro novinarstvo je, manj se mogoče posvetiš določenim temam. Razen, spet, če imaš zaposlene takšne, ki si vzamejo tri dni časa in raziskujejo, kar mi tudi imamo. V osnovi je pa to takšen medij, ja, bolj instanten, ni poglobljen, ampak gre za sporočanje novic.

V: Kako je tebi všeč delo na 24ur.com?

O: To je zdaj večplastno ... Takole bom rekel. Edina stvar, ki me moti pri spletnem novinarstvu, pa se to počasi malo izboljšuje, ne vem sicer, ali se bo kdaj čisto ali bo ostalo tako, ampak to, da veljajo klasični mediji za bolj cenjene, bolj kakovostne. To je edina stvar. Spletne novinarje podcenjujejo?

V: Kdo?

O: Ja, vsi. Predvsem ostali novinarski kolegi, pa tudi sami spletni novinarji mislimo mogoče, da je res malo manj ... Zato, ker je eno tako splošno mnenje, se mi zdi. Tudi ko prosiš za informacije, recimo, pridobivaš kontakte ... Čeprav je tu še ena stvar, in sicer, da imamo na spletni strani Ekskluziv (trače, op.a.). En spletni novinar na Financah verjetno sploh ne

poudarja, da dela za portal, ker je vseeno, ali delaš za časopis ali splet. 24ur.com je percipiran kot bolj rumen medij, zato ta odnos mogoče ni povezan s spletnim novinarstvom, ampak bolj s tem. Zdi se mi, skratka, ta percepcija, da je to edina slaba stvar. Mogoče tudi mi sami tako mislimo.

V: Čutiš ta drugačen, podcenjujoč odnos tudi v politiki medijske hiše?

O: Ne, to ne.

V: Plače?

O: Ne vem, kakšne imajo drugje. Ampak gotovo imajo kakšni novinarji s TV višje. Ja, sigurno gre več denarja za televizijo, to sigurno. V tem smislu smo mi podhranjeni. Ampak ne moreš pričakovati drugega, ker internet nosi manj denarja. Ti ne moreš zdaj zahtevati, da boš plačan kot televizijski, če pa televizija prinese več denarja. To vse je zaradi tega, ker je televizija percipirana kot bolj resen, bolj kredibilen medij. Posledično lahko tudi kupijo boljše ljudi, konec koncev. Tudi sam, ko sem prišel delat sem, sem imel edini pomislek, da je to internet. Zdaj mi je sicer všeč delati na takšen način.

V: Se ti zdi, da imaš dovolj možnosti se izraziti, pokazati svoje potenciale?

O: Ja, definitivno.

V: Kakšno pomembnost pripisuješ svojemu delu? Imaš občutek, da je manj pomembno kot delo, denimo, televizijskega novinarja?

O: Ne, nimam tega občutka, mislim, da lahko enako vplivamo. Dejansko lahko še več ljudi prebere naše članke kot pa vidi tam en televizijski prispevek ali prebere časopis. Doseg imamo definitivno večji. Zdaj pa, koliko ljudje zaupajo, to je druga stvar. Ne vem, nisem se spraševal o tem nikoli.

V: Kaj pa ti kot uporabnik lahko rečeš?

O: Uh, jaz sploh nisem spremljal spletnih medijev, preden sem začel delati tukaj. (Premor.) Jaz nikoli sploh nisem hotel biti novinar, mene je to kar malo potegnilo noter na neki točki.

V: Pa si želiš ostati v novinarstvu ali ne?

O: Ne vem, zaenkrat mi je ok. Ni pa nujno, da bom to delal vse življenje.

V: Vrniva se na odnose z drugimi novinarskimi kolegi. Na Pop TV sta zdaj že nekaj časa televizijsko in spletno uredništvo združeni. Imaš kakšne slabe izkušnje z njimi, na podlagi česar bi lahko rekel, da te manj cenijo, podcenjujoče dojemajo?

O: Jaz ne, jaz ne. Jaz moram reči, da kot se sami mogoče slabše dojemamo ali včasih težje dobimo kakšne informacije ... Sem po drugi strani včasih kar malo presenečen, da pridejo k meni po vprašanje, nasvet, dostikrat sodelujemo na terenu, pa vidiš na primer, da kakšno stvar ti bolj obvladaš kot oni in te potem sprašujejo ... Nimam tega občutka.

V: Ok, ampak je res, da ti hodiš na teren, delaš bolj svoje zgodbe.

O: Ja, mogoče so do mene drugače ...

V: Kaj se ti zdi, kakšen imajo odnos do tvojih kolegov, ki delajo iz pisarne in to vse mogoče teme in članke?

O: To pa ne vem. Po mojem niti nimajo nekega kontakta z njimi. Niti jih ne poznajo. To je enako kot ... Razlike so v tem, kakšen odnos imaš do Katje Šeruga ali pa do tam ene za računalnikom, za katero sploh ne veš, kaj dela.

V: Veliko ljudi mi je potožilo, da imajo različne izkušnje s skrivanjem informacij, ekskluzivnih zgodb ...

O: To je pa nekaj popolnoma drugega. To pa skrivajo zato, ne, ker nam ne bi zaupali, ampak zato, da bodo oni imeli ekskluzivo. To je ... To je pa drugo, ne. To ni zaradi podcenjevanja, ampak bolj zaradi drugih medijev, če mene vprašaš. Logično, če bomo mi objavili, bodo imeli informacijo takoj vsi drugi mediji in oni izvisijo, ker imajo vsi praktično že pred njimi. To je meni čisto logično, ni zaradi ...

V: Že res, ampak saj tudi na spletu bo pod informacijo oziroma člankom podpisan ta isti človek, avtor s televizije.

O: Ja, to že, ampak na spletu ... On bo naredil svoj prispevek za televizijo, slišati bo njegov glas in pobral svojo slavo, fame and glory. Če bo pa pri nas objavil, pa tudi če bo podpisan s polnim imenom in priimkom, še vedno ne bo to on. To je čisti ego trip.

V: Je to uporabnikom relevantno? Kdo naredi prispevek?

O: Ne, po mojem to ni pomembno sploh. Je pa pomembno za tistega novinarja, da se bo videlo, da ima lastne zgodbe in podobno. Bolj v odnosu do šefa mogoče, da bo cenjen v uredništvu, boljša pozicija, več denarja. V resnici ... za bralce ... je čisto vseeno, kdo »provali«, glavno je, da informacija pride ven, pa da se dobro naredi zadeva.

V: Prepričana sem, da 99 odstotkov ljudi v Sloveniji nima pojma, kdo je Katja Šeruga, ne glede na to, da je odlična novinarka.

O: To nisi samo ti prepričana, ampak je to pokazala tudi raziskava. Zadnja stvar, ki si jo ljudje zapomnijo pri članku ali prispevku, je avtor. Mogoče če si komentator ali pa če si vpleten v kakšno afero, sicer si te pa ljudje ne zapomnijo.

V: Kakšen je odnos spletnih novinarjev, torej tvojih kolegov, do televizijskih novinarjev?

O: Jaz imam dober odnos, veliko sodelujemo in tako. Kolegi pa ... Mogoče zavzamejo, glede na to da se jim zdi, da so kao manj vredni, neko tako obrambno pozicijo, obrambni mehanizem. Tako da dajejo nazaj neko kritiko, kar je čisto brezveze, v bistvu sprejmeš igro.

V: Kako pristopajo do televizijskih novinarjev? Je to samoiniciativno sodelovanje ...?

O: Ne vem, jaz ne vidim prav dosti sodelovanja, razen tega, da se včasih pokliče koga, ki je na terenu. Pa tudi to vse manj, ker tudi sami hodimo na teren. Sicer pa ... Se mi zdi, da ni nekega sodelovanja. Razen mogoče tega, da se malo uskladi teme, kaj delamo, glede na to, kaj delajo oni.

V: Zakaj ni sodelovanja?

O: to je čisto odvisno od novinarja, tako da včasih je res tako, da novinarji nočejo sodelovati. Ali se jim pa ne da.

V: Govoriš o spletnih ali televizijskih?

O: Ja, televizijskim se verjetno ne da. Spletnim pa se ne da it potem težit, ker vidijo, da se tistim ne da. Imajo že svojega dela preveč. Ne mislim, da nočejo, ker gledajo zviška na nas.

V: To razumem, ampak zakaj imajo spletni zadržke?

O: Pa ne vem, saj mogoče sodelujejo.

V: Ampak ideja integriranega uredništva, v katero ste šli ...

O: Pa saj ne vem, če imamo mi integrirano uredništvo. To sta dve ločeni uredništvi. Mi smo samo v istem prostoru, ampak nismo integrirano uredništvo ... Kao nekaj, ampak dejansko nismo. In tudi včasih malce tekmujeta med sabo, ampak na easy, je vseeno več sodelovanja. Vedno več je tudi tega, recimo, da pridejo novinarji do mene, pa predlagajo, naj objavimo nekaj ali pa nam dajo kakšno dodatno informacijo, nam dajo zgodbo, če vejo, da je ne bodo mogli zadržati do 7h zvečer. Tudi njim gre za to, da imajo objavljeno na spletu. Pa sprašujejo me na primer, po kakšnem ključu objavljamo njihove prispevke na spletu. Jim je kar v interesu, da imajo objavljeno na spletu. Tako da dostikrat, kar dostikrat pridejo do nas, vedno več. Tako da ni tako malo tega. Bolj je tukaj problem čas, pa to, da se jim ne da.

V: Hodite spletni novinarji več do televizijskih ali obratno?

O: Na začetku smo več hodili mi, zdaj pa mislim, da je kar izenačeno. Čeprav oni ne pridejo k nam po informacije ... No, tudi se zgodi. Tako da kar pridejo, ja. Tudi uredniki.

V: Koliko pa je vsem skupaj jasno, da bo dolgoročno treba vzpostaviti večjo integracijo?

O: Pa saj je v redu tako. Mi delamo svoje delo, oni svoje, lahko se dopolnjujemo. Malo konkurence je dobra stvar, ker se vsi trudijo, da bodo boljši. Če bi bilo čisto integrirano, bi bili vsi eno, to je pa brezveze.

V: Kaj pa vem. Zakaj pa so po tvojem preselili oboje v isti prostor?

O: Ja, vem, ampak meni je v redu, jaz ne bi hotel biti čisto integriran s televiziji. Nočem biti. Jaz tudi na televizijo ne bi šel, ampak to zaradi tega, ker je drugačno delo. Kvečjemu te mika to, da si bolj gledan, če delaš tam. Pa še to ... Vprašanje, če si. Mogoče samo med novinarskimi kolegi. Ne vem. Ne vem. Ker je bolj ugleden medij, to je edini razlog, zakaj bi

šel človek na 24UR, sicer način dela je isti, se mi zdi. Jaz bi itak najraje delal na kakšnem časopisu, ampak ni primernih časopisov v Sloveniji.

V: Ves čas mi razlagaš, da čutiš nekakšen podcenjujoč odnos s strani drugih novinarskih kolegov. S strani koga potem, če praviš, da s strani televizijskih novinarjev 24UR ne?

O: Pa saj ne vem, če dejansko to čutim. Bolj je tako, neko mnenje v zraku. Ni to konkretno, ne morem konkretizirati. To je kot neko mnenje, nekaj, kar se ti zdi včasih. Saj lahko, da sploh ni res.

V: Ampak tudi to, da se ti zgolj zdi, lahko vpliva na marsikaj. Se ti zdi, da vpliva na delo spletnega novinarja, na to, da se mogoče jemlje manj resno?

O: Ne, to ne, jemlje se po mojem enako resno. Si pa verjetno manj upa, manj upa izpostavljati, manj upa vprašati, manj upa biti kritičen, manj samozavesten je. Spet pa je to od posameznika odvisno.

V: To verjetno vpliva tudi na novinarjev »output«, na to, kakšne so novice.

O: Ja, seveda. Manj je prodornih, manj mnenjskih tudi. Najmanj mnenjski je internet, se mi zdi. Ne bi pa rekel, da je zato slabši. Slabši mogoče v tem smislu, da je manj ... manj ... Manj lastnih svežih informacij. (Premor.) Se pa to počasi tudi spreminja.

V: Katera so tista načela, ki jih mora dober novinar pri delu upoštevati?

O: Da poroča iskreno in resnično. To je to. V tem je zaobjeto vse. No, pa to, da se na stvari gleda z več zornih kotov, ker realnost je v tem smislu lahko večplastna. Pa dobro je, da se skuša nekim predsodkom kljubovati, da skušaš bolj raziskati zadevo, da ni preveč senzacionalistično, da ne prireja stvari iz želje po uspehu, da se ne gre igrice, manipulacij. Novinar tudi ne sme verjeti na prvo žogo, potrebuje zdrav dvom.

V: Koliko tega je ali koliko ni na 24ur.com?

O: Mislim, da se ljudje trudijo, je pa veliko senzacionalizma, tako kot povsod. Predvsem uredniki zahtevajo in silijo. Ljudje imajo radi sočne stvari. Saj sočno je lahko tudi iskreno, ampak to je težko narediti.

V: Omenil si zdrav dvom. Koliko splet dopušča časa za premislek, za zdrav dvom?

O: Nič, splet tega ne dopušča. Ampak internet je v osnovi itak tak medij, da ti danes nekaj napišeš, kar je uni rekel, pa to sploh ni res. Ampak boš jutri povedal, da ni res. Tako da ni zavajajoče, ampak ... Hitreje je vse. Mi smo se tukaj malo popravili. Na začetku, čim je nekdo nekaj rekel, smo to napisali, pa potem še nasprotno mnenje. Pa ni to v redu. Moraš vseeno najprej preveriti, sicer postaneš servis za kreganje, kar je narobe. In to se mi zdi, da se je popravilo, da ne narediš zgodbe v vsakem primeru, tudi če veš, da bo pritegnila bralce.

V: Pa se še kdaj zgodi, da objavite nekaj ...

O: Ne, vseeno malo preverimo.



V: Kako časovni pritisk vpliva na to?

O: Ja, gotovo ne moreš tako temeljito preveriti stvari, ne moreš toliko dobro in kvalitetno napisati, v smislu jezika in sloga. Ampak saj mudi se tudi drugim novinarjem, ki ne delajo na spletu. Poglej kakšne časnike, tudi televizijske oddaje ... (Premor.) Ampak ja, gotovo mi lahko manj preverjamo. Oziroma dostikrat kar napišemo, pa potem tekom dneva še preverjamo, dodajamo, spreminjamo. To je na primer bistvena razlika, evo. To, da lahko članek spreminjaš sproti. To je velika razlika, zelo velika, če ne največja. To pa res. Lahko ga spremeniš, umakneš, lahko čisto spremeniš, ves čas spreminjaš.

V: To je problematično.

O: Ja, je, ja. Ker ljudje nekaj preberejo, potem pa izgine, ne da se slediti temu. Predvsem je problematično v smislu zakonodaje, če ti kršiš zakonodajo, kako bo nekdo to dokazal, če se ves čas spreminja. V tem smislu je problematično. Ampak mislim, da se novinarji ... Definitivno se pa ne strinjam s tem, kot so nekateri govorili, da je vsak lahko spletni novinar, da bo spletno novinarstvo zbrisalo meje kvalitetnega novinarstva. Ne vem, če.

V: Zakaj ne?

O: Ker ljudje potrebujejo nek izbor informacij, in tudi mi ga delamo. Mogoče jih objavimo več, ampak ne vsega.

V: Misliš, da ne more biti vsak spletni novinar?

O: Ne. Moraš znati pisati, hitrost je pomembna ... Rabiš neke kvalitete. Tudi novinar ne more biti vsak.

V: Kaj pa blogger, je on spletni novinar?

O: Ne, to je pa čisto nekaj drugega. Tisti, ki doma nekaj piše. Bloggerstvo ni novinarstvo, to je pisanje mnenja. To je kot reči, da je knjiga novinarstvo. (Premor.) Toliko je lahko vsak spletni novinar, kot je lahko časopisni novinar.

V: Potrebuje kakšna znanja, izkušnje ali se vsega lahko nauči?

O: To se vse lahko naučiš. Moraš imeti talent za pisanje, radovednost, klasične novinarske značilnosti. Blog meni ni sploh novinarstvo, kako?

V: Zruši se letalo. Blogger napiše, kje je to in kaj je bilo, doda fotografijo.

O: Ja, ampak ali to pomeni, da sem jaz novinar, ker sem videl nesrečo in to naslednji dan povem prijatelju? Ne. Novinar je tisti, ki dela na nekem mediju.

V: Splet je tudi medij.

O: Ne, medij je 24ur.com., splet je kanal. Tudi neka španska nadaljevanka ni novinarstvo. To je enako kot bi rekel, da je televizija medij in vse, kar je na televiziji, novinarstvo. Ni. Saj imaš te obskurne medije, ki mislijo, da so novinarski mediji, pa zame to niso. Profesionalnost,

to je to, kar loči novinarja po mojem. Da si zaposlen nekje in služiš s tem denar, klasična razmejitev.

V: U, to pa je institucionalno. Splet je ravno nasprotje, vsakemu ponuja možnost biti novinar.

O: Ja, ampak Youtube zame ni novinarski medij. Potemtakem je režiser nekdo, ki posname domači video o poroki. Je on režiser? Ja, je v tistem trenutku. Ampak ni posnel filma, ni režiser. Splet po mojem ne zabriše meja institucij. 24ur.com je še vedno neka institucija, ki ji ljudje zaupajo in jo berejo očitno. Institucionalnost s spletom ne bo izginila. Zaradi spleta ni vsak novinar. Vsak lahko sporoča, kje je bil, kaj je videl, kaj se mu je zgodilo, včasih celo bolj kvalitetno kot kakšen novinar, ampak vseeno ni to novinarstvo. Ve se, kaj je novinarstvo. Blogger je blogger, spletni novinar je pa še vedno novinar, obstaja konsenz o tem.

V: Ima uredniška politika na spletu kakšne posebnosti v primerjavi s kakšnim drugim medijem? Že prej si dejal, da se včasih zgodi ali pa se je zgodilo, da je bilo objavljeno nekaj, za kar se je kasneje izkazalo, da sploh ni zgodba.

O: Ma, mislim, da je politika precej klasična. Pogledamo, kaj je pomembnega, itak nas ni toliko, da bi lahko delali sto stvari. Se opiraš na druge medije, tudi na to, kaj bo brano. Nismo omejeni s prostorom, smo pa z ljudmi. Sicer pa, kot sem že rekel, zgodbe načeloma vsaj malo preverimo, preden objavimo. Kar ni bilo vedno tako.

V: Kaj pa zgodbe, ki jih pošiljajo bralci?

O: Ja, to tudi preveriš, potem pa se odločiš. Če ni nič, ne objaviš. Včasih je bilo tega veliko več. Danes ne vem, ali tega ni toliko, ali imamo manj časa ... Mislim, da se je tudi kvaliteta v zadnjih dveh letih dvignila.

V: Čemu bi to pripisal?

O: Temu, da smo tudi redaktorice in urednico prepričali, da je tako prav. Zrelost novinarjev mogoče. Vsi smo že nekaj časa v tem. Spomnim se, da mi je urednica pred leti razlagala, da ne more dobiti nikogar, ki bi dlje časa ostal v tem, da so vsi samo mladi študenti, ki se nekaj naučijo in grejo.