

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Lukaček

**Krizno komuniciranje in medijsko okvirjanje: primer
požara v Poslovnem sistemu Mercator, d.d.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nina Lukaček

Mentor: prof. dr. Dejan Verčič

**Krizno komuniciranje in medijsko okvirjanje: primer
požara v Poslovnem sistemu Mercator, d.d.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Za vso strokovno podporo in usmerjanje se zahvaljujem mentorju prof. dr. Igorju Verčiču.

Hvala vsem sodelavcem Poslovnega sistema Mercator, d.d. za pomoč in razumevanje ob pisanju diplomske naloge.

Posebej bi se rada zahvalila mojim staršem, ki so vsa leta študija verjeli vame in me podpirali. Hvala za razumevanje, moralno in tudi finančno podporo.

Irena in Nika, hvala za vse trenutke, ki smo jih preživeli skupaj. Rada bi se zahvalila tudi Niki in Neji za vsa leta prijateljstva, podpore in smeha. Marley, hvala za vse spodbude, prijazne besede in potrpežljivost ob zaključku diplomskega dela.

Hvala vsem prijateljem in sošolcem, ki so mi v času študija kakor koli pomagali, me spodbujali in poskrbeli, da bodo študentska leta za vedno ostala v lepem spominu.

Krizno komuniciranje in medijsko okvirjanje: primer požara v Poslovnem sistemu Mercator, d.d.

V diplomskem delu predstavim krizno komuniciranje in z njim povezano krizno upravljanje in vodenje, vlogo odnosov z javnostmi, katerih sestavni deli so odnosi z mediji, ter vse skupaj povežem z medijskim okvirjanjem. Na praktičnem primeru požara, ki se je zgodil v Poslovnem sistemu Mercator, d.d. maja lani, potrdim temeljno premiso teorije okvirjanja, ki pravi, da mediji posredujejo sporočila in hkrati tudi sugerirajo, kako naj jih prejemniki razumemo in interpretiramo. V empiričnem delu sem želela izpostaviti okvire, ki jih ob podajanju informacij vsebujejo posamezna medijska besedila.

Z analizo glavnih slovenskih tiskanih medijev: Dela, Dnevnika, Financ in Večera sem dokazala, da novinarji medijskih hiš, ki so aktivni iskalci informacij, pri svojem poročanju vseeno velikokrat črpajo informacije iz sporočil za javnost, ter posledično potrdila pomembno vlogo predstavnikov za stike z javnostmi v organizaciji.

Ključne besede: krizno komuniciranje, okvirjanje, odnosi z javnostmi, študija primera.

Crisis communication and media framing: case of fire in Mercator d.d. business system

My thesis analyses crisis communication and crisis management related to it. In addition I consider the role of public relations and therefore media relations in the subject and present connections with media framing. By presenting the practical case of fire that occurred in Mercator business system last may I am able to confirm the basic premise of framing theory suggesting that the way of presenting certain topic to the public influences how it is actually perceived. The empirical part emphasizes information distribution frames in certain media texts.

Considering and analyzing main Slovenian printed media: Delo, Dnevnik, Finance and Večer provided me with information needed to prove journalists as active information seekers often report facts extracted from press releases and that is the reason public relations representatives play a very important role in any organization.

Key words: crisis communication, framing, public relations, case study.

KAZALO

1 UVOD	7
2 KRIZNO KOMUNICIRANJE	8
2.1 PRIPRAVLJENOST NA KRIZO IN KRIZNO UPRAVLJANJE.....	8
2.2 POMEN ODNOSOV Z JAVNOSTMI	12
2.3 KRIZNO KOMUNICIRANJE IN MEDIJI.....	14
3 MEDIJSKO OKVIRJANJE	16
3.1 KAKO RAZUMEMO OKVIRJANJE	16
3.2 POJMOVNE IN METODOLOŠKE ZNAČILNOSTI MEDIJSKEGA OKVIRJANJA.....	17
3.3 KAKO OKVIRIMO BESEDILA.....	19
4 EMPIRIČNI DEL – OKVIRJANJE KRIZNEGA DOGODKA V SLOVENSКИH TISKANIH MEDIJIH.....	22
4.1 METODOLOGIJA.....	22
4.2 OPIS PODATKOV	23
4.3 O SKUPINI	23
4.4 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE	24
4.5 SPOROČILO ZA JAVNOST.....	24
4.6 ANALIZA MEDIJSKIH OBJAV	26
DELO	26
DNEVNIK.....	28
FINANCE.....	29
VEČER.....	29
5 SKLEP.....	32
6 LITERATURA.....	34
PRILOGE	38
Priloga A: Požar terjal smrtno žrtev	38
Priloga B: Delavec ob izbruhu ognja ni našel izhoda.....	39
Priloga C: Gasilci kriminalistom prižgali zeleno luč.....	41
Priloga Č: Kriminalisti in forenziki pred zahtevno nalogo.....	42
Priloga D: »Pri gasilskih intervenciji je način vodenja vojaški«.....	43
Priloga E: Kronika/požar	45
Priloga F: Dim so videli po vsej Ljubljani	46

Priloga G: Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu	47
Priloga H: Našli smo nekaj hladilnic, kjer bi Mercator lahko skladiščil	48
Priloga I: Zaradi požara v Mercatorju bodo imeli več posla avtoprevozniki	49
Priloga J: Požar v Mercatorju terjal smrtno žrtev	51
Priloga K: Vzrok požara v skladišču še preiskujejo	52
Priloga L: Požar najverjetneje nastal pri vzdrževalnih delih	54

1 UVOD

Zapletenost sodobne družbe, v kateri živimo, prinaša različne krize, ki se jim ne moremo izogniti. Opazovalcev – medijev, ki spremljajo dogajanje v svojem okolju, je vse več, s tem pa se zmanjšuje število medijsko nepokritih kriz. Množični mediji imajo v poteku kriznega komuniciranja vse pomembnejšo vlogo, saj vplivajo tako na pogled javnosti v kriznih časih kot tudi na krizno upravljanje vodstva organizacij (Malešič in drugi 2006).

Množični mediji predstavljajo enega izmed najpomembnejših opredeljevalcev podob v sodobnih družbah. Zaradi njihovega vpliva si želijo politični vrhovi z različnimi mehanizmi vplivati na medijsko posredovane zgodbe. Želijo nadzorovati, katere informacije bodo predstavljene v medijih in tudi na kakšen način (Poler Kovačič 2002; Sallot in Johnson 2006).

Študije odnosov z javnostmi, novinarske in medijske študije opozarjajo na vpliv, ki ga imajo uradni viri in njihovi odnosi z javnostmi na novinarski diskurz. Pravijo, da medijska realnost postaja ideološki konstrukt, ki je utemeljen na definicijah pooblaščenih virov novinarjev (Poler Kovačič 2002; Sallot in Johnson 2006).

Mediji prinašajo informacije o dogajanju na nacionalni in globalni ravni. Nudijo prostor in čas za javne razprave, služijo za pomoč posameznikom pri razvijanju stališč glede določene teme oz. ustvarjajo javno mnenje. Ne smemo pozabiti na finančno vlogo medijev, saj prinašajo tako dobiček kot finančne krize. Teorija okvirjanja se osredotoča predvsem na to, kako in na kakšen način mediji predstavijo nove vsebine (Entman 1993).

Diplomsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in empiričnega dela. V prvem delu diplomske naloge predstavim krizno komuniciranje in z njim povezano krizno upravljanje ter vodenje, vlogo odnosov z javnostmi, katerih sestavni deli so odnosi z mediji, ter vse skupaj povežem z medijskim okvirjanjem. V empiričnem delu na primeru požara, ki se je lansko leto pripetil v Poslovnem sistemu Mercator, d.d. raziščem, na kakšen način so mediji okvirili izbrane prispevke ter predstavili dogodek javnosti.

2 KRIZNO KOMUNICIRANJE

2.1 PRIPRAVLJENOST NA KRIZO IN KRIZNO UPRAVLJANJE

Krize ogrožajo in hkrati ustvarjajo enakost. Mnogi so prepričani, da organizacija šele v krizi razkrije svoje bistvo, zato je način, na katerega preživljamo najhujše čase, zelo pomemben (Verčič in drugi 2002, 118).

Ob pojavu nepredvidene krize imajo odnosi z javnostmi izjemno pomembno vlogo, saj kriza predstavlja grožnjo stabilnosti sistema in odpira vprašanja o primarnih prepričanjih organizacije. Beseda kriza vsebuje prizvok grožnje, destrukcije in urgentnosti. Hkrati ogroža prioritete cilje organizacije, kot so podoba, legitimnost, ugled, integriteta, dobičkonosnost in obstoj. Organizacijski ugled je tako pomemben kot vsa ostala sredstva podjetja, zato je načrtovanje zaščite le-tega v primeru nepričakovane krize zelo pomembno (Ashcroft 1997).

Različne javnosti se na krizne situacije odzovejo drugače. Razumevanje javnosti in njihovega načina komunikacije je ključno, saj se na podlagi značilnosti specifične javnosti razvije učinkovita strategija kriznega komuniciranja (Kim, Kim & Cameron, 2012). Način, kaj in kako organizacija komunicira v času krize, ima velik vpliv na njene posledice, vključno z izgubo premoženja, finančno nestabilnostjo in vplivom na ugled organizacije (Coombs 2010).

Za lažje razumevanje komuniciranja v času krize je za začetek potrebno opredeliti značilnosti krizne in kriznega upravljanja. Na področje kriznega upravljanja in vodenja sodi oblikovanje različnih postopkov, dogovorov ter odločitev. Od omenjenega so odvisni potek krize, način priprave, ukrepi ter prerasporeditev virov za nadzor in krizno obvladovanje (Malešič in drugi 2006, 11–12).

Ob pregledu literature sem naletela na veliko različnih definicij kriz. Heath in Millar (2004) razpravljata o približno dvajsetih različnih definicijah kriz. Nekatere poudarjajo stres, druge pomanjkanje nadzora, negotovost, kršenje zakonov ali etike (Coombs in Holladay, 2012). Številni avtorji razumejo krizo kot situacijo, v kateri so razmere negotove in stresne, ogrožene so temeljne vrednote, čas za ukrepanje pa je časovno omejen (Malešič 2004, 11–13). Seeger, Reynolds in Sellnow (2009) pravijo, da so krize poseben, nepričakovan in izreden dogodek ali niz dogodkov, ki ustvarjajo visoko stopnjo negotovosti ter ogrožajo ali so zaznane kot grožnja organizaciji.

Krizo lahko opredelimo kot nepričakovano prelomno obdobje s povečanim kolektivnim stresom, ki moti vsakodnevne življenjske vzorce ter predstavlja grožnjo temeljnim vrednotam in strukturam družbenega sistema (Rosenthal in drugi 2001, 6).

Najboljši način spopada s krizo omogočata njeno preprečevanje in nadziranje. Nepričakovanih kriz ne moremo ustaviti, vendar jih lahko s podrobnim opazovanjem in analiziranjem morebitnih problemov v predkriznem obdobju obvladujemo oz. zmanjšamo njene posledice (Malešič in drugi 2006, 11). Priprave na potencialno krizo predstavljajo najpomembnejše orodje za obstoj katere koli organizacije v moderni družbi. Negativne presoje se ne širijo zgolj na področja, vpletena v krizo, ampak tudi na druga področja organizacijskega delovanja, zato je ključno tudi organizacijsko komuniciranje z javnostjo (Malešič in drugi 2006, 33–35).

Powers et al. (1999, 56) navajajo štiri sestavne dele izvajanja kriznega komuniciranja. To so: zmožnost vzpostavitve empatičnega odnosa do javnosti, predanost in dostopnost komunikatorja sporočil, odkritost, odprtost in poštenost posredovanja informacij ter kompetentnost in verodostojnost komunikatorja sporočil. V tem duhu Woodyard (1998, 75–85) opredeli pravila učinkovitega komuniciranja podjetja v kriznih časih, ki naj bi poznalo potrebe javnosti in množičnih medijev ter jo obravnavalo kot partnerja, skrbelo za načrtovanje in ovrednotenje ter omogočilo preprosto, nedvoumno in verodostojno posredovanje informacij.

Bernstein (1987, 14) pravi, da lahko v primeru vključevanja konfliktnosti ali sovražnosti v času krize krizno komuniciranje pripomore k spreminjanju nevtralnih individuumov v zaveznike, povezovanju in krepitvi zavezništev ter nevtralizaciji nasprotnikov. Krizno komuniciranje je namenjeno spremembi zavesti javnosti, večji učinkovitosti upravljalškega napora, izobraževanju ter informiranju, vzpostavitvi ugleda in verodostojnosti organizacije, oblikovanju empatične in solidarne javnosti ter zmanjšanju negotovosti razpleta krize.

Brandstrom in Malešič (2004, 17) pravita, da sta krizno komuniciranje in verodostojnost povezana z odnosom med informacijami, ki so na voljo, njihovemu ustreznemu in pravočasnemu razširjanju in zaznavanju krize ter ukrepom za preprečitev oz. omejitev krize. Izrednega pomena je pretok informacij, ki jih je treba ustrezno izbrati in obdelati. Za učinkovito krizno komuniciranje je potrebno vzpostaviti ravnotežje med upravljanjem informacij in prevelikim omejevanjem njihovega pretoka.

Dolgotrajno in naporno delo v običajnih okoliščinah, ki vključuje vzpostavitev zanesljivega obveščevalnega sistema in opozarjanja ter izgradnje stabilnih in zaupnih socialnih odnosov, pripomore k uspešnem komuniciranju v času krize (Amendola in De Marchi, 1996, 48).

Ob pojavu krize nastane v javnosti informacijska praznina, ki jo morajo komunikatorji kriznega komuniciranja s hitrimi in točnimi informacijami zapolniti. Ob tem morajo biti vodilni v organizaciji sposobni oceniti potrebo po informacijah in virih, ki se pojavijo. Uspešno krizno upravljanje in vodenje temeljita na dostopnosti ustreznih informacij odločevalcem, kriznim delavcem, javnosti in množičnim medijem (Coombs, 2001).

Veliko različnih modelov opisuje proces komuniciranja v krizi. Skupno jim je, da preučujejo, kdo je kaj rekel, komu, kako in s kakšnim učinkom (Malešič in drugi 2006, 51). Gutteling in Wiegman (1996) opredelita pet dejavnikov procesa komuniciranja:

- vir: izvor izbranega sporočila,
- sporočilo: besedna informacija, ki jo pridobimo iz vira,
- prejemnik: občinstvo, ki mu je sporočilo namenjeno,
- kanal: sredstva ali medij, ki jih je vir uporabil za prenos sporočila,
- naslov, cilj: sporočilo ima več možnih učinkov, kot so prenos obvestila, sprememba stališča ali vedenja ter kratkoročni ali dolgoročni učinki.

Razvoj krize vsebuje več stopenj, vsaka izmed njih pa zahteva specifično reševanje. Krize razdelimo na tri obdobja, in sicer predkrizno, medkrizno in pokrizno obdobje (Malešič 2004). Fearn-Banks (1996) doda petstopenjsko členitev poteka kriz:

- Odkrivanje – Organizacija mora biti pazljiva na opozorilne znake, v kolikor so opazni, saj lahko pravočasno ukrepanje krizo prepreči.
- Preprečevanje – Skupek poteka dejavnosti pred pojavom krize. Poskušajo jo preprečiti oz. pripraviti ljudi na ustrezno ukrepanje.
- Obvladovanje – Krizo je potrebno časovno omejiti, prav tako tudi njeno širjenje.
- Okrevanje – Organizacija se poskuša vrniti v običajen potek dela in pustiti krizo za seboj.
- Učenje – Z analizo krize, ugotavljanjem škode in oceno dela med njo se lahko marsikaj naučimo.

Leibinger (1997, 40-49) ponuja navodila, kako naj poteka komuniciranje. Pravi, da se je s krizo potrebno soočiti in jo priznati. Določiti oz. aktivirati je potrebno krizni komunikacijski center, osredotočiti se je potrebno na dejstva in zbrati vse potrebne informacij, ki jih prek množičnih medijev sporočamo javnosti. Organizacija, ki jo je kriza prizadela, mora določiti govornika, ki na najenostavnejši način posreduje najbolj aktualne informacije. Potrebno je posredovati vse informacije, ničesar se ne sme prikrivati, za izmenjavo informacij pa je potrebno uporabljati različne oblike komuniciranja.

Bacot, McCabe in Fitzgerald (1998) navajajo štiri prvine učinkovite strategije komuniciranja:

- posredovanje informacij,
- identificiranje zainteresiranih strank v zvezi z dolgoročnim potencialnim dogodkom ter vzpostavitev neposredne komunikacije z njimi,
- navezava stika s skupnostjo,
- vzpostavljanje kontakta z množičnimi mediji.

Zlato pravilo komuniciranja v kriznih časih pravi: »Povej vse in povej hitro«. Vendar Arpan in Pompper (2003, 293) opominjata na tri omejitve, in sicer: tveganje, usklajevanje informacijskega toka in kontrolo oblikovanja informacij. Pri načrtovanju, upravljanju in vodenju krize je potrebna visoka prioriteta javnega informiranja (Amendola in De Marchi 1996, 46).

Krize spremljajo nenadnost, negotovost in časovna zgoščenost. Velikokrat se zdi, da so se pojavile iznenada, vendar se v večini primerov pojavijo opozorilni znaki. Nevarno je podcenjevanje malo verjetnih dogodkov, zato pravimo, da sta nadzor nad okoljem in ocenjevanje tveganja prvi obrambni črti proti presenečenju ob pojavu krize. Nenadnost in negotovost krize povzročata dodaten stres in tesnobo pri vodilnih, saj otežujeta že tako težko odločanje v kriznih razmerah (Malešič in drugi 2006, 41–44).

Boin in Lagedec (2010, 186) opredelita ključne značilnosti sodobnih kriz, ki so naslednje:

- vpliv krize občuti velik del prebivalstva določene države,
- ekonomski stroški se povečajo – ti so višji od običajnih zavarovalniških zmogljivosti,
- povzročajo učinek »snežne kepe«,
- trajajo daljše časovno obdobje,

- velikokrat se vodstvo organizacij odloči za napačne in nepotrebne ukrepe,
- v času krize je prisotna visoka stopnja negotovosti,
- viri ogrožanja se lahko spreminjajo,
- na kraju kriznega dogodka se pojavi veliko število akterjev,
- prinašajo tveganja vseh vrst,
- med odgovornimi akterji, množičnimi mediji, žrtvami in javnostmi, ki so časovno in prostorsko oddaljene od kraja dogajanja, razkrijejo probleme komunikacije.

Številni avtorji v povezavi s kriznim upravljanjem in vodenjem uporabljajo izraz mediazacija s katerim želijo izpostaviti pomen, ki ga ima zaznava kriznega dogodka. Poleg tega želijo poudariti vlogo množičnih medijev pri gradnji zaznav občinstva (Rosenthal in drugi 2001).

V primeru, da državljani ali oblast proglasijo težko situacijo kot krizo, lahko to odločilno vpliva na nadaljevanje dogodkov, saj lahko taka razglasitev povzroči ekstremno reakcijo, ki poteka od stresa na kolektivni ravni do neprimernih odločitev dela oblasti. Po drugi strani pa lahko spodbudi kolektivno energijo in mobilizira krizne normative, ki so nujno potrebni za učinkovito krizno komuniciranje (Malešič 2004).

Quarantelli (1996) pri tem opozarja, da mediazacija ni popolnoma v skladu s tradicionalno definicijo krize. Pravi, da jo bolj kot objektivni kazalci, kot so število poškodovanih in materialna škoda, zanima novejšo razumevanje krize kot pretiranega kolektivnega stresa. Kljub temu lahko mediazacija pripomore k premostitvi razlik med objektivno definicijo kriz, ki so se zgodile v preteklosti, in poudarjeno subjektivnostjo kriz, ki nas še čakajo.

2.2 POMEN ODNOSOV Z JAVNOSTMI

Organizacije se v sodobni družbi vsakodnevno soočajo z različnimi izzivi. Mednje prištevamo odnose z javnostmi, katerih sestavni del so odnosi z mediji. Poznamo veliko različnih definicij, ki izpostavljajo enega ali več bistvenih vidikov tega komunikacijskega orodja.

Upravljanje odnosov z javnostmi predstavlja vodstveno funkcijo, ki skrbi za razvoj vzajemno koristnih odnosov med organizacijo ter njenimi javnostmi. Zaposleni na vodilnih položajih so odgovorni za življenje v organizacijah, ki jih vodijo, ter za odvisnost teh organizacij od okoljskih vplivov. Verčič pravi, da na koncu zmagujejo najmočnejši in ne najbolj prilagodljivi (Večič in drugi 2002, 17).

Vplivati na ravnanje in vedenje skupine ljudi v odnosu do drugih predstavlja cilj odnosov z javnostmi. Vpliv se pokaže v obliki dialoga z raznovrstnimi javnostmi podjetja, ki pripomorejo k dosegu strategije podjetja (White in Mazur 1998, 2).

Odnosi z javnostmi po mnenju Gruniga in Hunta (1995, 6) obsegajo upravljanje komuniciranja med podjetjem in njegovimi javnostmi. Pravita, da komuniciranje predstavlja ravnanje ljudi, skupin ali organizacij, ki se nanaša na prenašanje simbolov na druge ljudi, skupine ali organizacije. Odnose z javnostmi razumeta kot upravljalno komunikacijsko ravnanje organizacije z njenimi javnostmi.

Osnovna skrb odnosov z javnostmi je dolgoročna ohranitev dobrega imena ali ugleda podjetja, saj si želijo, da javnost spoštuje organizacijo. Vloga odnosov z javnostmi je poudarjanje pomembnosti netržnega občinstva za dolgoročno dobrobit organizacije. Dobri odnosi z javnostmi so tudi osnovna podlaga za uspešno tržno komuniciranje. Velika večina ljudi verjame, da organizacija, ki je v družbi deležna ugleda, ne prodaja slabih, nekvalitetnih izdelkov, da starejša podjetja proizvajajo najboljše izdelke ter da ne bi kupili izdelkov organizacije, za katero še niso slišali oz. je ne poznajo (De Pelsmacker in drugi 2001, 248).

Broom, Center in Cutlip pravijo, da odnosi z javnostmi vzpostavljajo in vzdržujejo odnose med podjetjem in njegovimi javnostmi, od katerih je odvisna uspešnost podjetja. Ti odnosi predstavljajo korist za obe strani. Definicija dodeli praksi odnosov z javnostmi upravljavsko vlogo, izpostavlja etično in moralno vlogo poklica ter določa kriterije, na podlagi katerih se presoja, kaj uvrščamo med funkcije odnosov z javnostmi (Broom in drugi 1994, 6).

Uspešno delovanje predstavnikov odnosov z javnostmi zavaruje organizacijo pred nepredvidenimi stroški, ki bi lahko nastali, v kolikor ne bi skrbela za razvoj kakovostnih odnosov z okoljem, ter spreminja in omejuje stroške na način, da se poveča zmožnost podjetja za doseganje načrtanih ciljev (Gruban in drugi 1998, 48).

Odnosi z javnostmi imajo ključno vlogo pri vodenju organizacije v kriznih časih, saj omejujejo negativen vpliv kriz na organizacijski ugled (De Palsmackerin drugi 2001). Krize, ki nastopijo, so neprijetne, zato jih želimo s čim manj škode prestati. Vendar pa so hkrati priložnost, da se izkažemo in med krizo potrdimo sloves zaupanja vredne organizacije. Izvajanje odkritih in poštenih odnosov v času reševanja krize razkriva značaj našega dela (Večič in drugi 2002, 124).

2.3 KRIZNO KOMUNICIRANJE IN MEDIJI

Mediji igrajo pomembno vlogo pri kriznem komuniciranju, saj vplivajo na predstavitev dogodkov v javnosti in na način, na katerega se oblasti soočijo s krizo, mnogokrat tudi neodvisno od dejstev, ki se pokažejo na kraju dogodka krize. Igrajo vlogo koncentriranja, obdelave, interpretiranja in hitrega ter vseobsežnega razširjanja informacij (Malešič in drugi 2006).

»Če hočemo prepotovati svet, potrebujemo zemljevide,« zapiše Walter Lippmann v svoji knjigi *Javno mnenje* (Lippmann, 1999:41). Mediji so tisti, ki nam predstavijo »zemljevide«, začrtajo poti in razkrijejo smerokaze, s pomočjo katerih razlagamo in osmišljamo dogodke. Newlove, Stern in Svedin (2000, 125–126) opominjajo na pomembno vlogo množičnih medijev v kriznih časih, saj ti sodelujejo pri ustvarjanju, oblikovanju in zaključku krize. Kriza privlači medijsko pozornost, mediji pa določajo, kaj bomo razumeli kot krizo.

Uspešnega komuniciranja si ne predstavljamo brez vključitve množičnih medijev. Njihovo sodelovanje je potrebno kljub temu, da s prihodom na kraj dogodka povzročajo zastoje, motijo poskuse nadziranja dogajanja, širijo govorice in napačne informacije, izsiljujejo informacije ter si prisvajajo njihovo zbiranje in širjenje (Lerbinger 1997). Kljub omenjenemu predstavljajo sestavni del načrtovanja in reševanja kriznih dogodkov. Ponujajo omrežje predkriznega izobraževanja, so primarni opozorilni sestav, lahko aktivirajo lokalni odziv na nesrečo ter med dogajanjem in tudi po njem posredujejo opozorila, obvestila, nasvete ter na ta način ustvarjajo tolažbo (Malešič in drugi 2006, 44).

Graditev zaupanja organizacij predstavlja enega izmed glavnih razlogov za kakovostne medijske odnose, saj podjetja, ki so si z leti zaslužno pridobile veliko zaupanje, na lažji način prenesejo nesreče in krize. Nekaj zaupanja bodo v krizi morda izgubile, a ga bo nekaj vendarle ostalo. Organizacijam, ki si zaupanja predhodno niso pridobile, je v krizi še težje (Verčič in drugi 2002, 118-119). Podjetja med krizo le malokrat vzpostavijo dobre odnose z mediji, v kolikor jih niso imele že prej (Hunt in Grunig 1995, 58). Zaradi tega so odnosi z mediji v času krize le nadgradnja utečenega dela na področju odnosov z mediji. H kriznim medijskim odnosom, poleg dela z mediji v kriznih okoliščinah, uvrščamo tudi pripravo in odpravo posledic, ki jih je kriza prinesla (Verčič in drugi 2002, 118–119).

Krizne odnose z mediji lahko razdelimo na tri dele. Sestavljajo jih predkrizno (preventivno), medkrizno (akutno) in pokrizno (kurativno) delo. Mnogi izvedenci za odnose z mediji so mnenja, da se prava vrednost organiziranega dela na področju odnosov z mediji izkaže med

krizo. Organizacije, ki so se na krizo pripravile, ta precej manj prizadene kot tiste, ki tega niso storile. To se še posebej vidi v medijih, ki med krizo postanejo na organizacijo bolj pozorni, nekateri jo sploh prvič opazijo. V kriznih okoliščinah čas teče drugače – vsem se zelo mudi, zato ni dovolj časa za pripravo predstavitvenega in razlagalnega gradiva (Verčič in drugi 2002).

Podjetje z dobro urejenimi odnosi z mediji mora imeti ustrezno gradivo za medije, ki je pripravljeno pregledno, obsežno in kakovostno, tako da ga v kriznih situacijah samo uporabi. Izvedenci za odnose z mediji so dolžni po svojih zmožnostih opozoriti in pripraviti vodilne v podjetju na mogoče posledice v primeru nepripravljenosti ali slabe pripravljenosti za delo z mediji v kriznih okoliščinah. Priprave kriznih medijskih načrtov so izrednega pomena, saj razkrijejo, katero izmed orodij, ki jih pri svojem delu z mediji uporabljamo, lahko pri odzivih ali pri strateških odnosih prilagodimo na način, da bo uporabno tudi v kriznih okoliščinah (Verčič in drugi 2002).

Kriznega dogajanja nikoli ne smemo prikriti ali zanikati, saj tovrstno početje novinarji enačijo z laganjem in se bodo še bolj posvetili preverjanju resničnega dogajanja. Dolgoročna škoda, ki prizadene medijsko podobo podjetja, je odvisna od naše odgovornosti v času krize ter od škode, ki smo jo povzročili drugim (Verčič in drugi 2002).

Organizacije morajo v kriznih situacijah delovati odkrito. V primeru, da organizacija s svojim delovanjem povzroči krizo, iz katere lahko sklepamo, da bo povzročila škodo tudi skupnosti, morajo govorci prizadetih organizacij to nemudoma sporočiti javnosti. Poleg tega, da je etično, je iskreno komuniciranje med krizo tudi bolj učinkovito (Gruning in Hunt 1995, 57).

Pomemben del odnosov z javnostmi so na določenih področjih vsekakor odnosi z mediji, vendar obstajajo tudi drugi načini, kako dejavnosti občil dopolniti in podpreti. Podjetja so v prednosti, če novinarjem posredujejo zgodbe, ki bodo organizacijo predstavile v pozitivni uči. Na ta način lahko podjetja sama usmerjajo tok dogajanja in ne le odgovarjajo na vprašanja medijev, ki velikokrat iščejo le nepravilnosti (Theaker 2004).

Za razvijanje dobrih odnosov je za predstavnike odnosov z javnostmi priporočljivo slediti naslednjim pravilom:

- Bodi pošten in vreden zaupanja. Nikoli ne smeš prikrivati dejstev ali lagati.
- Bodi pripravljen ustreči in pomagati. Novinarju posreduj novico, ki je vredna objave.
- Nikoli ne prosjači uradnikov in novinarjev za objavo zelenih prispevkov.

- Novinarja ne prosi, da prepove objavo izbranih informacij, saj to zanj pomeni kršitev prvega amandmaja.
- Preveč informacij novinarje obremenjuje. Potrebujemo le informacije, ki so vredne objave. Sporočilo pošlji le najustreznejšim za obravnavano tematiko. Pomembno je, da vzdržuješ adremo novinarjev (Cutlip 2002, 322–330).

Iz poročanja novinarjev o krizi se razbere, kolikšno zaupanje smo si pridobili dotlej. Primarni cilj kriznih odnosov z mediji je zmanjšanje nejasnosti, tesnobe in strahu pri deležnikih. V času krize krožijo različne zgodbe, velikokrat tudi izmišljene. Nekatere izmed njih lahko sprožijo naši nasprotniki ali tekmeci. Novinarjem »pridejo na uho« in odločiti se morajo, komu verjeti in zaupati ter kaj bodo objavili. V kolikor smo kot osebnost skozi leta dokazali, da ne lažemo, še posebej takrat, ko gre zares, nam bodo novinarji verjeli in zaupali našim podatkom kot verodostojnim. Veliko izmed njih krizo spremlja le preko medijev, naša naloga pa je, da jim to omogočimo čim bolj natančno, izčrpno in kakovostno (Verčič in drugi 2002).

3 MEDIJSKO OKVIRJANJE

3.1 KAKO RAZUMEMO OKVIRJANJE

Novinarji medijskih hiš izbirajo teme, ki jih predstavijo javnosti. Zaradi slednjega imajo velik vpliv na okvirjanje podobe realnega sveta. Sceufele pravi, da se novinar odloči, o katerih vsebinah bo poročal, hkrati pa izbira način, kako bo informacije predstavil. Način predstavitve in organizacije informacij v medijih pomembno vpliva na interpretacijo in diskusijo javnih dogodkov (Price in drugi v Sceufele. 1999, 107).

Scheufele (2000) pravi, da okvirjanje »organizira svet« tako za medijske hiše, ki o izbranih situacijah poročajo, kot tudi za javnost, ki se na njihovo poročanje zanaša. Pri tem opozarja, da je v javnosti o okvirjanju zelo malo govora.

Entman (1993, 52) je razvil klasično definicijo okvirjanja, ki pravi: »Okviriti pomeni izbrati določene vidike navidezne resničnosti, jih narediti pomembnejše in s tem izpostaviti izbrano stran problema, interpretacijo dogodka, moralno vrednotenje in/ali priporočila za opisani predmet«.

Okvirjanje je v veliko pomoč pri definiciji problemov, iskanju možnih rešitev ter oblikovanju mnenja javnosti. Pomembno je, da se zavedamo, da že ob pisanju sporočila iz že sestavljenega

sporočila za javnost okvirjamo. Okvirjanju se je težko izogniti; pravimo, da vedno okvirjamo (Knight, 1999).

3.2 POJMOVNE IN METODOLOŠKE ZNAČILNOSTI MEDIJSKEGA OKVIRJANJA

Medijsko okvirjanje v komunikološki in tudi širše – v družboslovni literaturi predstavlja pomembno iztočnico za analizo različnih medijskih besedil. Način organiziranosti medijskih besedil je ključen za razlago recepcije in interpretacije besedil med občinstvom (Gamson 1989, Entman 1993, Pan in Kosicki 1993, Scheuffele 1999, Reese 2001).

Teorija medijskega okvirjanja pravi, da so medijska besedila organizirana s pomočjo različnih okvirov. Okviri so bolj ali manj široke mreže pojmov, mnenj, idej, ocen in vrednotenj, v katere so vpletene informacije. Medijski okviri izberejo nekatere vidike obravnave stvarnosti ter jih predstavijo kot pomembnejše v sporočanjem besedilu na način, da izpostavijo posebno opredelitev problema, vzročne razlage, moralne presoje in delovanja v zvezi z opisanim (Entman 1993, 52–53).

Okvirji predstavljajo skupke medijsko izpostavljenih informacijskih značilnosti, ki organizirajo medijska besedila in ponujajo njihove interpretacije. Tako poenostavijo in uniformirajo množično sporočanje ter povzročajo popolno ali vsaj delno poenotenje interpretacije (Entman 1993, 52).

Za uspešno komuniciranje sta pomembna naslovnik in sporočevalec, zato je potrebno okvir in okvirjanje razložiti tako na miselni kot komunikacijski ravni (Chong in Druckman 2007, 100–104).

Novinarsko oblikovani okvirji opremijo javnost s sredstvi za razumevanje in organizacijo na novo pridobljenih informacij. Tako založijo državljane z osnovni idejami, ki jih uporabljajo za razmišljanje in politične razprave (Tewksbury in drugi 2000, 804–806; Gitlin v Pan in Kosicki 1993, 56–58). Posameznik okvir razume kot vzorec za interpretacijo, skozi katerega občinstvo razporedi podobne informacije in jih na ta način uspešno obvladuje (Scheuffele 2004, 402).

Določena homogenost oz. konsonantnost množičnega komuniciranja sta potrebni za teorijo medijskega okvirjanja, saj je v nasprotnem primeru nesmiselno govoriti o okvirih, ki bi bili pretirano številni, nesmiselni in empirično nemogoči za odkriti (Pinter 2006).

Teorija okvirjanja predpostavlja rdečo nit oz. centralno organizirano idejo, ki daje pomen medijskim vsebinam. Predstavlja interpretacijski okvir novic, zgodb ali oglasov (Gamson in Modigliani v Price 2005).

Empirični smisel medijske okvire prepozna kot skupek informacij, idej, ocen in vrednotenj. Medijski okviri, ki so analitično opredeljeni in jih je mogoče empirično odkriti ali potrditi, se nanašajo na širše obravnavano tematiko. Nikoli niso ozko omejeni na razlago odločitve za ali proti določenemu problemu (Reese 2001).

Analitične opredelitve okvirov ohranijo največ pojasnjevalne moči takrat, ko zajamejo čim bolj splošna in povedna organizacijska načela izbrane problematike. Reese pri tem opozarja na različnost obsega okvirjev in neprimerljivost vrednotnih implikacij ter drugih značilnosti. Potrebno je ugotoviti obseg okvirov, oceniti pomembnost družbene stvarnosti, ki naj bi jo okvirji pojasnili ali uredili, pri tem pa moramo upoštevati njihovo restriktivnost, odprtost, koherentnost in celovitost (Reese 2001).

Entman (1993) pri opredelitvi medijskih okvirjev omeni njihovo selektivno opredeljevanje problemov, specifično vzročno pojasnjevanje dogodkov in specifično moralno oz. etično presojo. Pri tem je potrebno paziti na razlike v njihovem obsegu in dometu na vseh točkah.

Medijsko okvirjanje se zanaša na kvalitativno raziskovanje, ki med drugim opozarja na dinamiko med izrečenim in neizrečenim ter tudi na medbesedilne elemente. Metode za raziskovanje medijskega okvirjanje se sprašujejo, s čim in na kakšen način so sporočene vsebine povezane in kako so izražene, torej s pomočjo katerih idej, pojmov in vrednotenj (Pinter 2006).

Kosicki (1993) predpostavlja, da medijski okvirji pomembno zamenjujejo razlago besedil oz. informacij in kakor dokazujejo tudi raziskave, vplivajo na sodbe občinstva. Medijski okvirji so »organizacijska načela«, ki so razširjena v družbi, se pojavljajo dlje časa ter se simbolno oblikujejo v smiselne strukture v družbenem svetu (Reese 2001, 11–12).

Entman opredeli štiri ključne funkcije okvirov, ki določajo, na kakšen način so prikazani dogodki in problematike:

- Definicija problema – nakažejo dejanje akterja, za kakšno ceno in kakšne koristi pri tem pridobi.
- Diagnoza vzroka – identificirajo pritiske, ki ustvarjajo probleme.
- Ocena akterjev – ocenjujejo povzročitelje in njihove učinke.
- Predlog rešitve – predstavijo in potrjujejo različne možnosti za reševanje težave ter napovedo možne učinke.

Nekatere poglede in vidike pri tem vsebujejo in združujejo, nekaj pa jih izpuščajo. Tako okvir nekatere dele sporočila poudari, druge izpusti. Zaradi tega pravimo, da okvirji niso končni, saj jih vedno obstaja več. Obdelovanje informacij o eni interpretaciji in pomanjkanje podatkov o alternativah močno vplivata na odzive občinstva. Zaradi omenjenega vpliva, pod katerim je, pravimo, da je občinstvo »okuženo«. Za končni rezultat so poleg vključenih vidikov in interpretacij pomembni tudi izključeni (Entman 1993).

Tako nekatere delčke realnosti poudarijo – jih naredijo izstopajoče, drugim pa odvzamejo pozornost s tem, da jih opustijo. Van Gorp (2007, 67) pravi, da sta selekcija in konstrukcija temeljni proceduri pri okvirjanju sporočila.

3.3 KAKO OKVIRIMO BESEDILA

Avtorji so podali številne definicije okvirjanja. Obstaja precejšnje nesoglasje glede definicije okvirjanja, poleg tega pa je konceptualnih razlik in teoretskih izhodišč mnogo več kot enovite konceptualizacije. Eden od vzrokov za nesoglasja se skriva v raznolikosti področji, kjer se teorija uporablja. Shan in kolegi pravijo, da okvir tvorijo izbira določenega jezika, citati ter relevantne informacije (2002, 367). Gamson in Modigliani (1989) se pri postavljanju okvirov besedil opirata na metafore, opise, primerne fraze in vizualne podobe.

Fairhurst in Sarr (1996) v sestavo okvirjanja štejeta izrazoslovje, razmišljanje in vnaprejšnjo preišljenost. Podata tudi metode okvirjanja, ki so naslednje:

- metafora,
- zgodba,
- tradicija,
- slogan, žargon ali fraza,
- artefakt,

- nasprotje,
- obračanje.

Tankard (v de Vreese, 2005) sestavi seznam ključnih točk, ki pomagajo pri vzpostavitvi okvirov:

- naslovi in podnaslovi,
- fotografije ter njihovi opisi,
- uvodniki,
- izbira virov in citatov,
- citati v okvirčkih,
- logotipi, statistike in grafi,
- končne izjave ter odstavki.

Okvir v besedilu definira in omeji pomen sporočila na način, da oblikuje pomene, ki si jih posameznik ustvari o izbranem sporočilu. Okvirjanje se lahko zabeleži znotraj serije posameznih struktur v sporočilu. Te vključujejo:

- sintaktične strukture – predstavljajo stabilne vzorce, ki organizirajo besede in fraze v besedilu,
- skriptalne strukture – zaporedje dogodkov, ki je jasno določeno in predvidljivo,
- tematske strukture – odnos med elementi v besedilu pojasnjuje preddispozicija ali hipoteza,
- retorične strukture – povedo, kako naj besedilo interpretiramo (Pan in Kosicki 1993, 59).

Neuman in drugi podajo tri načine, kako ljudje procesirajo informacije. Prvi način se imenuje aktiven način, saj posamezniki sami iščejo še dodatne vire zaradi mišljenja, da informacije, ki so podane s strani medijev niso popolne, so izkrivljene. Reflektiven način pomeni, da posamezniki o informacijah, ki jih pridobijo s strani medijev, dodatno razpravljajo z drugimi. O njih razmišljajo dlje časa. Selektivni način predstavi posameznike kot dodatne iskalce informacij, ki so za njih pomembne. Nepomembne informacije le preslišijo. Lahko povzamemo, da se posamezniki pri interpretaciji novo pridobljenih informacij zanašajo na

predhodne izkušnje. Velik vpliv imata tudi sodelovanje z drugimi vpletenimi ter interpretacija informacij, za katere izvemo iz medijev (Neuman in drugi 1992, 120).

Hallahan (1999) poda 7 modelov okvirjanja:

- okvirjanje situacij,
- okvirjanje lastnosti,
- okvirjanje izbir,
- okvirjanje dejanj,
- okvirjanje tem/problemov,
- okvirjanje odgovornosti,
- okvirjanje novic.

Na področju okvirjanja je potrebno omeniti tudi kontekstualizacijo. S tem, ko postavimo določeno informacijo v kontekst, ustvarimo različne okvire referenc, iz katerih posamezniki razberejo informacije in si razlagajo njihove pomene. Hallahan meni, da je odločitev, kako bomo organizirali okvirjanje, ena od najpomembnejših strateških odločitev, za katere so odgovori predstavniki za odnose z javnostmi organizacij. Ti so v času razvoja programov eni najpomembnejših opredeljevalcev okvirov, saj izbirajo način, kako bo dogodek predstavljen v javnosti s ciljem doseganja pričakovanih rezultatov (Hallahan 1999).

4 EMPIRIČNI DEL – OKVIRJANJE KRIZNEGA DOGODKA V SLOVENSКИH TISKANIH MEDIJIH

4.1 METODOLOGIJA

Izhodišča, ki sem jih podala v teoretičnem delu diplomskega dela, bom predstavila na primeru kriznega dogodka, ki se je zgodil 12. 5. 2015, v Poslovnem sistemu Mercator, d.d. Z analizo medijskega okvirjanja kriznega dogodka bom poskušala odkriti medijske okvire v reprezentaciji požara v izbranih slovenskih tiskanih medijih.

Medijske hiše z izbiro vsebin, ki jih novinarji posredujejo javnosti, določajo, o čem se bo v javnosti govorilo. Vsebine izbirajo in jih tudi vsebinsko določajo. Hkrati odločajo tudi o načinu predstavitve informacij. Z načinom predstavitve vsebine in informacij pomembno vplivajo na izbiro javnosti in njihova stališča. Posameznik si ob srečanju z novo situacijo dogajanje razlaga s pomočjo okvirjanja, ki mu pomaga razložiti ozadje in kontekst dogodka. Načinov razlage dogajanja specifične dejavnosti je mnogo, te pa so odvisne od novinarskega okvirjanja realnosti. (Price in drugi v Scheufele 1999, 107). Entman (1993, 52) glede vzpostavljanja okvirjev izpostavi prisotnost ali odsotnost izbranih besednih zvez, fraz, virov informacij in stavkov ter stereotipnih podob, ki zagotavljajo tematsko podkrepljena dejstva ali sodbe.

Za raziskovanje medijskih okvirov poročanja o krizni situaciji sem uporabila kvalitativno vsebinsko analizo, saj je le-ta primerna za ožje vsebinsko raziskovanje. Omogoča poglobljeno razlago in raziskovanje vsebin, ki razkrijejo ter opišejo okvire, ki se pokažejo ob analizi izbrane teme (Tucker 1998, Hoerl in drugi 2009 v David in drugi 2011, 331).

Raziskovalec, ki se odloči za kvalitativno metodo raziskovanja, mora že pred začetkom raziskovanja vedeti, katere okvire želi poiskati in biti kljub temu pozoren na potencialno odkrivanje novih okvirjev, ki jih lahko najde med analizo besedil (Hertog in McLeod 2001). Metoda raziskovanja, ki sem jo uporabila v diplomskem delu, izhaja iz Entmanove definicije okvirjanja, ki pravi, da okvirjanje predstavlja izbiro in izpostavitve določene definicije problema, interpretacijo vzrokov slednjega, podajo določene moralne presoje in predlog načina rešitve (Entman, 1993, 52).

V analizi sem izhajala iz sporočila za javnost, ki ga je podala služba za odnose z javnostmi Poslovnega sistema Mercator d.d. Zanimalo me je, o čem in kako so mediji poročali o kriznem dogodku ter kakšne novičarske okvire so pri tem uporabili. Opazovala sem način

objave novice o dogodku in izvirnost objav v smislu, koliko lastnega raziskovanja, razmišljanja in truda so novinarji vložili v posamezen prispevek. Moja teza je, da so predstavniki za stike z javnostmi ne le posredovalci vsebin predstavnikom medijem, temveč tudi aktivni sooblikovalci časopisnih in ostalih medijskih vsebin.

4.2 OPIS PODATKOV

Analiza predstavlja skupino medijskih besedil, ki so jih slovenski tiskani mediji objavili v času dveh mesecev po požaru – od 12. 5. do 12. 7. 2015. O dogajanju v skladiščnih prostorih podjetja so poročali slovenski, hrvaški in srbski mediji. Analiza, ki sem jo opravila, vključuje poročanje domačih medijev in obsega le objave v tiskani obliki. Vzorec predstavlja skupina medijskih besedil: Delo, Dnevnik, Finance in Večer. Za analizo besedil izbranih medijev sem se odločila, saj so omenjeni mediji najvplivnejši mediji v slovenskem prostoru, v širši javnosti so deležni ugleda ter veljajo za verodostojen in relevanten vir informacij. Tudi podatki o branosti medijev kažejo na veliko podporo in zaupanje bralcev ter oglaševalcev. Pri analizi je enoto vzorčenja predstavljalo posamezno tiskano besedilo, katerega material sem črpala iz arhiva obvestil PS Mercator, d.d., za katerega skrbi Kliping d.o.o.

4.3 O SKUPINI

Skupina Mercator je ena največjih gospodarskih skupin v Sloveniji ter v celotni regiji jugovzhodne Evrope. Sestavljajo jo trgovske družbe. V Sloveniji je prisotna z enajstimi družbami, na ostalih trgih jugovzhodne Evrope pa v okviru Skupine Mercator posluje osem odvisnih družb. Obvladujoča družba Skupine je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., s sedežem v Republiki Sloveniji (Spletno mesto Skupine Mercator 2016, 15. junij).

»Primarna in najpomembnejša dejavnost Skupine Mercator je trgovina na drobno z izdelki vsakdanje rabe v gospodinjstvu, ki jo razširjajo s ponudbo dopolnilnih storitev. S tem želijo svojim kupcem zagotoviti celovito ponudbo, ki ustreza njihovim potrebam in željam« (Spletno mesto Skupine Mercator 2016, 15. junij).

4.4 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

Ali so novinarji pri poročanju o dogajanju aktivni snovalci okvirjev, ali le sprejmejo že ustvarjene okvire, ki jih s sporočilom za javnost posredujejo odnosi z javnostmi podjetja?

Novinarji potrebujejo pri oblikovanju besedil osnovne informacije iz zanesljivih virov, na podlagi katerih ustvarjajo zgodbe. V besedilu je zelo pomembno, katere vidike novinar predstavi in na kakšen način, saj z izbiro vidika obravnavane stvarnosti promovira opredelitev problema in interpretacije ter tako vpliva na posameznika. PS Mercator, d.d. je na dan nesreče objavil sporočilo za javnost, v katerem je podal glavne informacije o požaru na Hladilniški poti v Ljubljani. Zanima me, ali so novinarji, ki so poročali o dogodku, aktivno snovali nove okvire ali so le sprejeli že ustvarjene, ki jih je Mercator, d.d. podal v sporočilu za javnost.

4.5 SPOROČILO ZA JAVNOST

Sporočilo za javnost je največkrat izbrana oblika posredovanja informacij javnosti prek medijev (Verčič in drugi 2002, 85). Pogosto je zapisano kot novinarsko besedilo, po načelu obrnjene piramide (padajoče pomembnosti), zato ga ni treba veliko spreminjati oz. ga je po potrebi mogoče enostavno skrajšati tako, da izberemo odstavke (Poler Kovačič 2002). V primeru, da je sporočilo za javnost dobro pripravljeno, bo novinarskih posegov vanj praviloma manj, če je slabo, ga novinarji ne bodo uporabili in bo pristalo v smeteh. Dobra sporočila za javnost se ponašajo s kratkostjo in jedrnatostjo. Opremljena morajo biti z najpomembnejšimi informacijami in biti pripravljena za takojšnjo objavo (Verčič in drugi 2002, 85). Hines (1995, 349) predstavnikom za odnose z javnostmi svetuje, naj razmišljajo, delujejo in pišejo kot novinarji, v kolikor želijo, da se bodo njihova sporočila redno pojavljala v medijih.

Na dan požara, 12. 5. 2015, so iz PS Mercator, d.d. izdali naslednje sporočilo za javnost:

Požar v skladiščnih prostorih v Ljubljani

12.05.2015

V torek, 12. 5. 2015, je prišlo do hujšega požara v skladiščnih prostorih Mercatorja v Zalogu pri Ljubljani. Gre za skladiščne prostore, katerih skupna površina znaša nekaj več 13.000 m² in so bili namenjeni skladiščenju izdelkov svežega programa, tj. sadja in zelenjave, mesa, delikatose ter mleka in mlečnih izdelkov. Na delu objekta, kjer je izbruhnil požar, so v času požara potekala vzdrževalna dela, ki jih je izvajal zunanji pogodbeni izvajalec. V času požara je bilo na lokaciji prisotnih okoli 150 zaposlenih Mercatorja, od

katerih ni nihče pogrešan. Podrobnosti o poteku požara in vzroku bodo znane po zaključku uradne preiskave.

*Po prvi oceni sta **huje poškodovani** okoli **dve tretjini skladiščnih prostorov**. Poleg tega so bili v požaru **uničeni tudi vsi skladiščeni izdelki**. Zaradi velikega obsega požara bo gmotna škoda velika, konkretna ocena stroškov pa bo mogoča po zaključku uradne preiskave. Družba Mercator je imela tako objekt z opremo kot tudi skladiščeno blago ustrezno zavarovano. Omenjeno skladišče je z navedenim blagom oskrbovalo Mercatorjeve trgovine v osrednji in zahodni Sloveniji. S takojšnjo **prerazporeditvijo obstoječe oskrbovalne verige** ta dogodek ne bo pomembneje vplival na delovanje trgovin na teh območjih. Dolgoročno oskrbo svojih trgovin bo Mercator zagotovili s prerazporeditvijo svojih logističnih poti **iz ostalih dveh skladišč**, ki se nahajata v **Mariboru in Ptuju**, ter z **najemom zunanjih logističnih kapacitet**. Na tem mestu izrekamo **iskreno sožalje družini ponesrečenega delavca** zunanjega pogodbenega izvajalca, ki je v požaru izgubil življenje. Hkrati pa se zahvaljujemo vsem gasilcem, reševalcem, policiji in zaposlenim Mercatorja za hiter odziv in izkazano veliko mero požrtvovalnosti, odgovornosti in poguma.*

Hvala vam.

Sporočilo za javnost, katerega je pripravila služba za odnose z javnosti PS Mercator, d.d., je dobro pripravljeno, saj vsebuje vse pomembne informacije o dogajanju.

Sporočilo za javnost posreduje informacije o tem, kaj se zgodilo, kdaj in kje. Izvemo površino skladiščnih prostorov in čemu so bila le-ta namenjena. Bralec izve, da so v času požara potekala vzdrževalna dela na lokaciji, ki jih je izvajal zunanji pogodbeni izvajalec. Nihče od zaposlenih PS Mercator, d.d. ni bil pogrešan. Poročajo o ustreznem zavarovanju objekta z opremo in tudi skladiščnega blaga ter razložijo, da bodo o podrobnostih, vzrokih in stroških, ki so ob požaru nastali, poročali po zaključku uradne preiskave. Izvemo, kateri del Slovenije so oskrbovali iz pogorelih skladišč, ter način, kako bodo nadomestili izgubljene kapacitete tako, da bo krizni dogodek čim manj vplival na oskrbo Mercatorjevih trgovin. V zadnjem delu sporočila za javnost PS Mercator, d.d. izreka sožalje družini ponesrečenega delavca in se hkrati zahvaljuje vsem udeleženiim za hiter odziv ter izkazano veliko mero požrtvovalnosti, odgovornosti in poguma.

Omenjene informacije predstavljajo okvir poročanja sporočila za javnost, ki ga je pripravila služba za odnose z javnostmi PS Mercator, d.d. V nadaljevanju sem analizirala objave izbranih tiskanih medijev in ugotovila, v kolikšni meri je omenjeno sporočilo za javnost vplivalo na novinarsko poročanje o kriznem dogodku.

4.6 ANALIZA MEDIJSKIH OBJAV

Ob pregledu arhiva obvestil podjetja Kliping d.o.o. za časovno obdobje dveh mesecev od nesreče dne, 12. 5. 2015, sem opazila, da bo potrebno analizo časovni omejiti, saj so mediji o dogajanju poročali le tri dni po dogodku. V analizo sem tako vključila štirinajst prispevkov, od katerih jih je bilo šest predstavljenih že na naslovnici posameznega časopisa.

DELO

Iz časopisne hiše Delo so o požaru poročali v štirih prispevkih.

- 13. 5. 2015
Naslov: Požar terjal smrtno žrtev
Avtor: Ju. P.
Rubrika/Oddaja: Naslovna stran
Žanr: Poročilo
- 13. 5. 2015
Naslov: Delavec ob izbruhu ognja ni našel izhoda
Avtor: Jure Predanič, B. K.
Rubrika/Oddaja: Kronika
Žanr: Poročilo

V prvem prispevku so na naslovni strani povzeli ključne informacije, ki so bile podane v sporočilu za javnost; kaj se je zgodilo, kje je potekalo dogajanje, poročali so o smrti osebe, škodi, ki je bila povzročena itd. Nadaljevanje poročanja sledi na strani 7, kjer so povzeli informacije z naslovnice ter dodali nekaj podrobnosti o dogajanju, o katerem v sporočilu za javnost nismo bili obveščeni. Poročilo pove, da so evakuirali okoliške vrtce in prebivalce pozvali, naj zaprejo okna zaradi možnosti izpusta plina amonijaka, izvemo, koliko gasilcev je interveniralo, kdo vse je pomagal itd. Članek vključuje izjavo tiskovne predstavnice Policijske uprave Nataše Pučko in poveljnika ljubljanske gasilske brigade Tomaža Kučiča.

Oba naslova, tako na naslovni strani kot v nadaljevanju, sta napisana udarno, saj prvi omenja smrtno žrtev, drugi pa pravi, da delavec ob izbruhu ognja ni našel izhoda, kar prav tako napeljuje na smrt osebe. Naslovnica in stran 7 vsebujeta veliki fotografiji.

V obeh primerih naletimo na kakovostno novinarsko poročanje, saj je novinar poleg osnovnih informacij, ki so bile posredovane v sporočilu za javnost, samoiniciativno dodal nekaj podrobnosti, s tem pa je poročilu dodal drugačen okvir. Besedilo je bilo okvirjeno, postavljeno v drugačno obliko in vsebinsko dopolnjeno s podrobnostmi dogajanja in dvema dodatnima izjavama.

- 14. 5. 2015
Naslov: Gasilci kriminalistom prižgali zeleno luč
Avtor: Mitja Felc, C. r.
Rubrika/Oddaja: Naslovna stran
Žanr: Poročilo

O dogodku je medij že poročal, zato je tokratno poročilo nekoliko krajše, kar je razumljivo, saj je poročilo objavljeno na naslovni strani medija, katerega prostor je zelo dragocen. Osnovne podatke, ki so bili posredovani v sporočilu za javnost in jih je medij že objavil, ponovijo. Tokrat je prispevek brez fotografije, vendar bralec izve, da lahko več prebere na notranjih straneh medija, kjer najde tudi fotografijo. Namestnik poveljnika ljubljanske gasilske brigade Jože Ložnar Kranjc je podal podrobnosti o dogajanju. Podnaslov vpliva na mnenje ljudi, saj poudari razsežnost požara in zahtevnost naloge, ki čaka preiskovalce. Poročilu doda nekoliko drugačen okvir.

- 14. 5. 2015
Naslov: Kriminalisti in forenziki pred zahtevno nalogo
Avtor: Mitja Ferc
Rubrika/Oddaja: Kronika
Žanr: Poročilo

V prispevku, ki je nadaljevanje naslovne strani, poda izjavo Drago Menegalija, predsednik generalne policijske uprave s področja kriminalitete, ki doda prispevku verodostojnost. Novinar je kontaktiral gospoda Menegalija in na ta način postavil besedilo v drugačno obliko. Osnovne informacije, podane ob prvem dnevu poročanja, novinar omeni v zadnjem delu prispevka.

- 14. 5. 2015
Naslov: »Pri gasilski intervenciji je način vodenja vojaški
Avtor: Mitja Felc
Rubrika/Oddaja: Kronika
Žanr: Intervju

Novinar Mitja Ferc se je odmaknil od okvira, ki so ga uporabljali preostali mediji. Podal je popolnoma drugačen, nepoznan okvir, saj je z namestnikom poveljnika gasilske brigade naredil intervju o tem, kako so se spopadli s požarom Mercatorjeve hladilnice. V intervjuju novinar odpre novo temo, in sicer požrtvovalnost gasilcev. Na fotografiji tokrat ne zasledimo Mercatorjevega pogorišča, ampak gospoda Ložnar Kranjca.

DNEVNIK

Dnevnik je o dogajanju na Hladilniški poti v Ljubljani poročal v štirih prispevkih, od katerih sta dve napovedi članka, ostali dve poročili.

- 13. 5. 2015
Naslov: kronika/požar
Avtor: cr
Rubrika/Oddaja: Naslovna stran
Žanr: Napovednik članka

Napoved članka na naslovni strani časopisa vsebuje le dve povedi. Bralec je seznanjen z golimi dejstvi, podrobnejše informacije sledijo na strani 12. V ospredju izstopa velika fotografija.

- 13. 5. 2015
Naslov: Dim so videli po vsej Ljubljani
Avtor: Sven Berdon
Rubrika/Oddaja: Kronika
Žanr: Poročilo

Prispevek vsebuje osnovne informacije, ki so bile navedene v sporočilu za javnost, ter veliko podrobnosti, katerih bralec še ne pozna, saj je bilo poročilo objavljeno le dan po nesreči. V prispevku sta omenjeni Katja Kek – predstavnica, ki je vodila odnose z javnostmi Mercatorja v času krize, ter Nataša Pučko iz ljubljanske policijske uprave. Članek je novinar podkrepil z dvema fotografijama.

- 14. 5. 2015
Naslov: Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu
Avtor: /
Rubrika/Oddaja: Naslovna stran
Žanr: Napoved članka
- 14. 5. 2015
Naslov: Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu
Avtor: Sven Berdon
Rubrika/Oddaja: Kronika
Žanr: Poročilo

Na prvi strani časopisa je napoved članka z opisom golih dejstev in majhno fotografijo. Napoved članka usmeri k nadaljnjemu branju. Na strani 14 se glavne informacije, podane ob prvem dnevu požara, zopet ponovijo. Izvemo, da so bili ponoči novi izbruhi ognja, kar pa

namestnika poveljnika Gasilske brigade Jožeta Ložnarja Kranjca ni presenetilo. Razloži nekaj podrobnosti o dogajanju.

FINANCE

Finance so o dogajanju v skladiščnih prostor Mercatorja poročale v dveh prispevkih, ki so ju tudi slikovno opremili.

- 13. 5. 2015
Naslov: Našli smo nekaj hladilnic, kjer bi Mercator lahko skladiščil
Avtor: /
Rubrika/Oddaja: Logistika
Žanr: Anketa

Tako kot so pri Delu z intervjujem predstavili nov okvir poročanja in popolnoma spremenili začrtane okvire, je podobno storili z anketo nepodpisan novinar Financ. Poročanju o tragediji so dodali novo perspektivo in dodatno gradivo za razmišljanje.

- 13. 5. 2015
Naslov: Zaradi požara v Mercatorju bodo imeli več posla avtoprevozniki
Avtor: Nataša Koražija, Mateja Bertoncelj
Rubrika: Logistika
Žanr: Poročilo

Prispevek so umestili v rubriko Logistika, kar pove, da je novinar o dogajanju poročal z nekoliko drugačne perspektive in postavil nove okvire zgodbi. V poročilu so podane osnovne informacije o dogajanju v skladiščnih prostorih v Zalogu. Poleg že znanih okvirov posredovanega sporočila za javnost je prispevku dodan kratek pogovor s članom uprave Igorjem Marošo. Kredibilna vira informacija sta, v prispevku prav tako omenjena, Stojan Grlič in Izidor Krivec.

VEČER

Večer je edini medij, ki je o dogodku poročal tudi tretji dan po nesreči – 15. 5. 2015.

- 13. 5. 2015
Naslov: Požar v Mercatorju terjal smrtno žrtev
Avtor: čk
Rubrika/Oddaja: Črna kronika
Žanr: Poročilo

Na naslovni strani Večera je bralec seznanjen z napovedjo članka, ki sledi na strani 12. Že naslov sporoča, da je oseba v dogodku izgubila življenje. Način poročanja dan po požaru bi lahko primerjali s poročanjem Dela, saj so naslov, besedilo in fotografije zelo podobne. Novinar je tokrat vzpostavil kontakt z vrtcem in pridobil izjavo direktorja Gregorja Pusta.

- 14. 5. 2015
Naslov: Vzrok požara v skladišču še preiskujejo
Avtor: Damijana Žišt, dt
Rubrika/Oddaja: Črna kronika
Žanr: Poročilo

V članku v Večeru dva dni po dogodku ponovijo osnovne informacije ter dodajo podrobnosti o dogajanju in izjavo domačina. Bralec izve, da nevarnosti za ponoven vžig ni, tudi okoliški vrtci so ponovno odprti. Novinar omenja izgradnjo novega logističnega centra in tako bralcu odstre nove vidike za razmišljanje.

- 15. 5. 2015
Naslov: Požar najverjetneje nastal pri vzdrževalnih delih
Avtor: dž
Rubrika/Oddaja: Črna kronika
Žanr: Poročilo

Večer je edini izmed medijev, ki je o dogodku poročal tudi tretji dan po nesreči. V prispevku odpirajo vprašanje o vzroku požara in namigujejo, da se v podjetju niso držali predpisov. Novinar se vpraša: »Kdo je bil odgovoren za organiziranje požarne straže?« Novinar oblikuje nov okvir poročanja, saj bralca spodbudi k novi temi za razmišljanjem, in sicer varnosti. Tako kot prva dva tudi zadnji članek o dogajanju v Zalogu vsebuje fotografijo.

Novinarji so se v desetih primerih odločili za objavo poročila. Narejeni so bili en intervju, ena anketa ter dve objavi napovedi članka. Večina objavljenih prispevkov je podpisanih, le anketa ne vsebuje podatka o avtorju. V štirih člankih je avtor podpisan le s kratico, v treh sta avtorja dva, pri čemer je eden podpisan s polnim imenom, drugi le s kratico.

Ob pregledu medijskih objav sem opazila precej podobnosti novinarskega poročanja izbranih medijev. Vse objave, razen ankete in intervjuja, vključujejo informacije, ki so bile podane v sporočilu za javnost. Ostale objave so si precej podobne, tako v naslovu, vsebini kot tudi fotografijah. Prvi dan po dogodku so mediji poročali o ključnih informacijah, ki so jih pridobili, kar je seveda razumljivo, saj več podatkov ni bilo na voljo. Naslednji dan poročanja se pri vseh medijih opazi, da so poiskali nove informacije, pokazali so samoiniciativnost ter

vzpostavili kontakt z ljudmi, ki so bili v tistem trenutku pomembni za izbrano temo, verodostojni ter so imeli zanimive informacije za bralce.

Za analizo okvirjanja so bili zame ključni tisti deli prispevkov, iz katerih sem prejela informacije, za katere v sporočilu za javnost nisem izvedela. Na ta način so novinarji podali nov okvir zgodbi. Za mojo analizo je bil pomemben aktiven način, pri katerem so novinarji sami poiskali dodatne vire informacij. Prepričanje, da informacije, ki jih je podal PS Mercator, d.d., niso popolne oz. jih je mogoče še dopolniti, novinarje odvrča od popolnega sprejemanja okvirja, ki je bil podan v sporočilu za javnost.

Z naslovom, uvodom, podrobnostmi dogajanja, izjavami in fotografijami so novinarji spremenili okvir zgodbe. Način podaje informacij znotraj celotnega konteksta vpliva na naše videnje, stališča ter mnenje posameznikov. Že sprememba fotografije ali podnaslova lahko pomembno vpliva na stališče javnosti, saj prispevku doda nov, drugačen pomen. Izpostavi druge vidike zgodbe. Udarni naslov, kot ga je zapisal novinar Večera: »Požar v Mercatorju terjal smrtno žrtev«, da večji poudarek tragediji, ki se je zgodila, ter na ta način preusmeri pozornost ne le na požar in finančno izgubo podjetja, ampak na tragedijo ob izgubi življenja osebe.

5 SKLEP

Rezultati, ki sem jih pridobila, kažejo na to, da novinarji pri poročanju o dogodkih izhajajo iz sporočil za javnost organizacij. Ugotovitev me ni presenetila, saj službe za odnose z javnostmi sporočila za javnost pripravijo kakovostno, z vsemi ključnimi informacijami. Sporočilo za javnost novinarjem predstavlja kredibilen vir informacij in osnovo za poročanje o dogajanju. Moja analiza potrjuje Verčičevo trditev, ki pravi, da je novinarskih posegov v sporočila za javnost manj, v kolikor so ta dobro pripravljena.

Prvi dan po požaru je bila novica o dogodku za medije privlačna, saj so o dogajanju poročali vsi izbrani mediji. Novinarji so v prispevkih pisali o osnovnih informacijah, ki so jih lahko pridobili iz Mercatorjevega sporočila za javnost. Drugi dan poročanja so se novinarji medijskih hiš Dela, Dnevnika, Financ in Večera pokazali kot aktivni iskalci informacij, saj so potrebovali aktualne podatke, ki so bralcem zanimive. Pokazali so samoiniciativnost in zagotovili nove vsebine.

Med vsemi objavami, ki sem jih analizirala, sta bili le objavi ankete in intervjuja nepovezani z informacijami, ki jih je novinar lahko pridobil iz sporočila za javnost. Kljub temu, da nobeden izmed prispevkov, ki sem jih analizirala, ni poročal le o osnovnih informacijah iz sporočila za javnost, ampak je dodal nove podrobnosti in tako spremenil okvir, sem pogrešala še več aktivnosti novinarjev. Pričakovala sem, da bodo novinarji pridobili več lastnih virov in tako ustvarjali nove zgodbe. Ob pregledu člankov sem opazila precej podobnosti med poročanjem medijev. Objave so precej podobne, malo je razlikovanja v naslovih, vsebini in fotografijah. Udarni naslovi kažejo vpliv senzacionalističnega poročanja, ki vabi ljudi k branju. Velik poudarek sem opazila na slikovnem gradivu, saj sta bila le dva članka brez fotografij.

Okvirjanje pomaga oblikovati perspektive, skozi katere ljudje razumejo situacije. Način podaje informacij sooblikuje razumevanje javnosti, saj vpliva na to, kakšno mnenje bodo ljudje iz poročanja prispevkov pridobili. Okviri založijo občinstvo s sredstvi za razumevanje in organizacijo na novo pridobljenih informacij ter z osnovnim naborom idej. Od vsakega posameznika je odvisno, kakšno mnenje o dogodku si bo oblikoval; okviri nas opremijo le z osnovnimi idejami. Prepustijo nam prosto pot za razumevanje in interpretacijo besedil.

Vloga množičnih medijev v kriznih situacijah se povečuje, kar lahko potrdimo že s samim poročanjem o krizah, ki se dogajajo. V analizo sem vključila le štiri slovenske tiskane medije, ki so poročali o dogodku tri dni od požara. V kolikor bi v analizo vključila tudi televizijsko, radijsko in spletno poročanje, bi bilo materiala za preučevanje enostavno preveč.

Ustrezno krizno komuniciranje ni mogoče brez vključevanja medijev. Njihovo sodelovanje je potrebno, čeprav so vodstvu organizacij velikokrat v breme in povzročajo napete ter stresne situacije. Mediji predstavljajo sestavni del načrtovanja in reševanja operacij; pomagajo oblikovati in tudi končati krizo. Krize zaradi medijskega poročanja ne postajajo nič večje – elektronski mediji le omogočajo hitrejši pretok informacij, zaradi česar se poveča odzivnost medijskih hiš.

Diplomsko delo bom zaključila s Quaratellijevo mislijo: »Čeprav množični mediji v krizi postajajo čedalje pomembnejši, nikoli ne bodo nikoli postali vsepomembni«.

6 LITERATURA

1. Amendola, A. in B. De Marchi. Communication in Chemical Emergencies. 1996. *Journal of Contingencies and Crisis Management* 4 (1): 45–50.
2. Arpan, L. M. in D. Pompper. 2003. Stormy weather: testing »stealing thunder« as a crisis communication strategy to improve communication flow between organizations and journalists. *Public Relations Review* 29 (3): 291–308.
3. Ashcroft, Linda S. 1997. Crisis Management – Public Relations. *Journal of Managerial Psychology* 12 (5): 325.
4. Bacot, A. H., A. S. McCabe in M. R. Fitzgerald. 1998. Articulating Environmental Policy Decisions to the Public. *Journal of Contingencies and Crisis Management* 6 (3): 129–136.
5. Bernstein, A. B. 1987. *The Emergency Public Relation Manual* (3rd edition). New Jersey: Pace Inc.
6. Brandstrom, A. in Malešič, M. 2004. *Crisis Management in Slovenia: Comparative Perspectives*. Stockholm: CRISMART.
7. Broom, Glen M., Allen Center H. in Scott Cutlip M. 1994. *Effective public relations*. Englewood Cliffs: Prentice Hall International.
8. Chong, Dennis in James Druckman. 2007. Framing theory. *Annual review of political science* 10: 103–106.
9. Cohen, David, Michael McCubbin, Johanne Collin in Guilheme Perodueau. 2001. Medications as Social Phenomena. *Health (London)* 5 (4): 85–95.
10. Coombs, T. W. 2001. *Teaching the Crisis Management/Communication Course*. Thousands Oaks: Sage Publications.
11. Coombs, W. T. 2010. Parametrs for crisis communication. V *The handbook of crisis communication*, ur. V W. T. Coombs in S.J. Holladay, 17-53. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
12. Cutlip, Scott M. 1978/2002. *Effective Public Relations*. New Yersey: Prentice Hall International.
13. De Pelsmacker, P., M. Geuens in J. Van den Bergh. 2001. *Marketing Communications*. Edniburgh Gate: Pearson Education.
14. de Vreese, Claes H. 2005. News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document design* 13 (1): 51–62.
15. Entman, Robert M. 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication* 43 (3): 51–58.

16. Fairhurst, Gail T. in R. A. Sarr. 1996. *The Art of framing: Managing the Language of Leadership*. San Francisco: CA: Jossey-Bass.
17. Fearn-Banks, K. 1996. *Crisis Communications: A Casebook Approach*, Mahwah: LEA.
18. Gamson, William A. in Andre Modigliani. 1989. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American journal of sociology* 95 (1): 1–37.
19. Gruban, Brane, Dejan Večič in Franci Zavrl. 1998. *Preskok v odnose z javnostmi*. Zbornik o slovenski praksi v odnosih z javnostmi. Ljubljana: Pristop.
20. Gutteling, J. M. in O. W. Wiegman. 1996. *Exploring Risk Communication*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
21. Hallahan, Kirk. 1999. Seven models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research* 11 (3): 205–242.
22. Heath, R. L. in D. P. Millar. A rhetorical Approach to Crisis Communication: Management, Communication Processes, and strategic responses. Responding Crisis: a Rhetorical Approach to Crisis Communication, ur. Millar D. P. in R. L. Heath. 2004. 1–17. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
23. V: Millar D. P. and R. L. Heath. 2004. Hertog, James K. in Douglas M. McLeod. 2001. *A multiperspectival approach to frame analysis: A field guide* V *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, ur. Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy, Jr. in August E. Grant, 139–161. New York: Routledge.
24. Hunt, Todd in James E. Grunig. 1995. *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
25. Kim, J., H. J. Kim, H. in Glen T. Cameron. 2012. Finding primary publics: A test of the third-person perception in corporate crisis situation. *Journal of Public Relations* 24: 391–408.
26. Knight, Myra 1999. Getting past the impasse: Framing as a tool for public relations. *Public Relations Review* 21 (1): 27–36.
27. Kosicki, G. 1993. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. *Journal of Communication*, 43 (2): 100–127.
28. Lerbinger, O. 1997. *The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility*. Mahwah: Lawrence Earlbaum Associates.
29. Lippmann, W. 1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: FDV, Zbirka Javnost.
30. Malešič, Marjan, Sandra Bašič Hrvat in Marko Polič. 2006. *Komuniciranje v krizi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

31. Malešič, Marjan. 2004. *Krizno upravljanje in vodenje v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
32. Neuman, Russell W., Roger Just in Ann N. Criegler. 1991. *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
33. Neuman, Russell W., Roger Just in Ann N. Criegler. 1992. *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
34. Newlove, L., Stern, E. in Svedin, L. 2000. *Auckland unplugged*. Stockholm: Swedish Agency for Civil Emergency Planning.
35. Pan, Zhongdang in Gerald M. Kosicki. 1993. Framing analysis: an approach to news discourse. *Political communication* 10: 55–75.
36. Pinter, Andrej. 2006. Medijsko okvirjanje javnega razpravljanja o šolstvu 1955 – 1957. *Šolsko polje*: 17 (3/4): 99–133.
37. Poler Kovačič, Melita. 2002. Vplivi odnosov z mediji na novinarski sporočanje proces. *Teorija in praksa* 39 (5): 766–785.
38. Powers, T., Jones A. in la Varle, B. 1999. *Media Interaction with the Public in Emergency Situation: Four Case Studies*. Washington: Library of Congress.
39. Quarantelli, E. L. 1996. The Future is not the Past Repeated: Projecting Disasters in the 21st Century from Current Trends. *Journal of Contingencies and Crisis Management* 4 (4): 228–240.
40. Reese, S. D. 2001. Framing Public Life. A Bridging Model for Media Research. V: Reese, Gandy in Grant. *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*: 7-31. Mahwah: Lawrence and Erlbaum.
41. Rosenthal, U., Boin, A.R. in Comfort, L. K. 2001. *Managing Crises: Threats Dilemmas, Opportunities*. Springfield: Charles C Thomas Publisher Ltd.
42. Sallot, Lynne M. in Elisabeth A. Johnson. 2006. Investigating relationships between journalists and public relations practitioners: Working together to set, frame and build the public agenda. 1991-2004. *Public Relations Review* 32: 151–159.
43. Scheufele, Bertram. 2004 Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *European journal of communication research* 29: 401–428.
44. Scheufele, Dietram A. 1999. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communications* 49 (1).
45. Scheufele, Dietram A. 2000. Agenda-setting, Priming and Framing Revisited: Another look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society* 3 (2,3): 297–316.

46. Seeger, M. W., B. Reynolds in T. Sellnow. 2009. Crisis and emergency risk communication in health contexts: Applying the CDC model v R. Heath in D.O'Hair (Eds.). *Handbook of risk and crisis communication*: 302–322. New York, NY: Routledge.
47. Shan, Dhavan V., Mark D. Watts, David Domke in David P. Fan. 2002. News framing and cueing of issue regimes: explaining Clinton's public approval in spite of scandal. *Public opinion quarterly* 66: 339–370.
48. Spletno mesto Skupine Mercator. Dostopno prek: <http://www.mercatorgroup.si/sl/medijsko-sredisce/sporocila-za-javnost-in-novice/> (15. junij 2016).
49. Tewksbury, David, Jennifer Jones, Matthew W. Peske, Ashleda Raymond in William Vig. 2000. The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue. *Journalism and mass communication quarterly* 77 (4): 804–829.
50. Theaker Alison. 2004. Priročnik za odnose z javnostmi. Ljubljana: GV Založba.
51. van Gorp, Baldwin. 2007. The constructionist approach t framing: bringing culture back in. *Journal of Communication* 57: 60–78.
52. Verčič Dejan, Franci Zavrl in Petra Rijavec. 2002. *Odnosi z mediji*. Ljubljana: GV Založba.
53. White, Jon in Laura Mazur. 1998. *Staregic Communications Management: Making Public Relations Work*. Harlov: Adison-Wasley Public Company.
54. Woodyard, T. M. 1998. *Crisis Communication: A Commanders Guideto Effective Crisis Communication*. Alabama: USAF.

PRILOGE

Priloga A: Požar terjal smrtno žrtev



Požar terjal smrtno žrtev

Pogorelo skladišče Zaradi možnosti uhajanja amoniaka so na varno odpeljali 266 otrok

LJUBLJANA – V požaru, ki je včeraj opoldne zajel osrednje skladišče Mercatorja za zelenjavo, sadje in meso v Zalogu, je umrla ena oseba, po prvih podatkih gre za vzdrževalca.

Vzrok za požar, ki ga je bilo mogoče videti daleč naokoli, uradno še ni znan. Škoda bo velika, o številkah pa za zdaj v Mercatorju, kjer se ukvarjajo tudi s tem, kako zapolniti police trgovin, molči-

jo. Z ognjem se je včeraj sicer spopadlo več kot 250 gasilcev, po nekaj urah pa jim ga je uspelo omejiti. Še pred tem je policija vse okoliške prebivalce pozvala, naj zaprejo okna in vrata ter

ostanejo doma. Zaradi možnosti izpusta amoniaka so iz bližnjih vrtcev evakuirali 266 otrok. Ju. P. FOTO JOŽE SUHADOLNIK

STRAN 7

Delavec ob izbruhu ognja ni našel izhoda

Umrl v požaru O vzroku za tragičen požar je še prezgodaj sklepati, se pa omenjajo vzdrževalna dela v hali



Požar, ki ga je bilo videti daleč naokoli, je povsem uničil skladišče Mercatorja in zahteval smrtno žrtev. FOTO MATEJ DRUŽNIK

LJUBLJANA – Visoko nad Ljubljano se je včeraj vil dim zaradi požara, ki je nekaj minut po dvanajsti uri izbruhnil v skladišču oziroma hladilnici trgovskega centra **Mercator** in vzlet eno življenje. Zaradi požara so evakuirali bližnje vrtce in okoliške prebivalce pozvali, naj zaprejo vsa okna in vrata ter se po nepotrebnem ne zadržujejo zunaj.

JURE PREDANIČ, B. K.

»Danes malo po 12. uri smo bili obveščeni o požaru na Hladilniški poti. Po prvih podatkih je požar izbruhnil v enem od skladišč. Na kraju dogodka ga gasilci poskušajo omejiti,« je prve podatke o požaru, ki je včeraj popoldne zaradi gostega dima nad mestom vzbudil pozornost Ljubljančanov, sporočila tiskovna predstavnica Policijske uprave Ljubljana Nataša Pučko. Zaradi požara se je takoj začela evakuacija 266 otrok iz vrtcev v neposredni bližini, so potrdili z republiškega centra za obveščanje. Zaradi požara klimatskih naprav je obstajala možnost izpusta plina amoniaka, zato se je za ta preventivni korak odločilo vodstvo intervencije.

Pučkova je obenem vsem na območju Zaloga, Polja in širše okolice priporočila, naj zaradi gostega dima, ki se vali, zaprejo vsa okna in vrata in se po nepotrebnem ne zadržujejo zunaj, hkrati pa je pomirila Ljubljančane, da »po podatkih regijskega centra za obveščanje ni večje nevarnosti«.

V boj z ognjem je šlo več kot 250 gasilcev

Na kraju požara je po včeraj dostopnih podatkih interveniralo več kot 250 gasilcev iz 27 gasilskih enot Gasilske zveze Ljubljana, poleg njih so bile na terenu tudi enote policije, reševalne službe nujne medicinske pomoči, delavci elektro- in inšpekcijske službe. Posredovali so tudi v enoti za zaščito in reševanje MO Ljubljana ter EPV (enota za podporo vodenju) MO Ljubljana, ki je koordinirala gašenje in vodila akcijo evakuacije ljudi. »Ta trenutek lahko potrdimo, da je ena oseba na kraju dogodka pogrešana, ena oseba pa lažje te-

lesno poškodovana in je bila z reševalnim vozilom odpeljana v ljubljanski klinični center,« je zgodaj popoldne še sporočila Pučkova. Izvedeli smo, da pogrešani ni bil nihče od tam zaposlenih, temveč je po prvih podatkih eden od delavcev, ki so v času požara izvajali vzdrževalna dela.

Pogrešani umrl

Popoldne je poveljnik ljubljanske gasilske brigade Tomaž Kučič potrdil bojazen, da je pogrešani v požaru umrl, saj so gasilci na kraju dogodka našli njegovo truplo.

Gasilci so ocenili, da delavec ob izbruhu požara ni našel poti ven na prosto. Tudi poškodovani delavec je bil zunanji izvajalec.

Kučič je še pojasnil, da se je z ognjenimi zublji, ki so zajeli skupaj skoraj 10.000 kvadratnih metrov, poleg poklicnih gasilcev spopadlo tudi veliko njihovih prostovoljnih kolegov iz 27 od skupaj 35 gasilskih društev iz Ljubljane. Na kraju požara je interveniralo 60 gasilskih vozil. Kot je dodal Kučič, so gasilci porabili zelo veliko gasilnih aparatov in tlačnih posod z zrakom in opremo so ves čas nadomeščali.

»Osnovno gasilsko sredstvo je bila voda, so pa dodajali penilo, da je bil večji učinek,« je o tehniki gašenja povedal poveljnik ljubljanske gasilske brigade. Objekt je po Kučičevih besedah pogorel v celoti, vzrok požara pa za zdaj ni znan. So pa očitno ena od možnosti prav vzdrževalna dela, ki so prav v tem času potekala v hali.

Na ljubljanski policijski upravi so včeraj še pojasnili, da so pripadniki civilne zaščite evakuirali okoliške objekte, pri čemer so jim pomagali tudi policisti in gasilci. Otroke iz okoliških vrtcev pa so

pomagali evakuirati tudi v ljubljanskem potniškem prometu in jim, tako so sporočili, zagotovili prevoz s šestimi mestnimi avtobusi, ki so jih v ta namen vzeli iz rednega prometa. V Osnovni šoli Zalog so učenci s predmetne stopnje prav tako predčasno odšli domov, učenci z razredne stopnje pa so na starše počakali v šoli.

Na policah se ne bo poznalo

V Mercatoriu so včeraj pojasnili, da gre za glavno skladišče za osrednjo Slovenijo za sveži program, predvsem zelenjavo, sadje in

meso. O vzrokih požara in škodi, ki jo je povzročil, še niso hoteli dati nikakršnih izjav, saj je o tem še prezgodaj govoriti. So pa pri tem pristojni zagotovili, da bodo naredili vse, da izpada dela ponudbe na trgovinskih policah ne bo opaziti. Takoj so se osredotočili na alternativne nabavne vire, med drugim **Mercatorjevo** skladišče svežega blaga v Mariboru.

POVEZANE VSEBINE

delo.si/kronika



Gasilci kriminalistom prižgali zeleno luč

Ogled pogorišča v Zalogu Največji požar na objektu do zdaj – Težko delo za preiskovalce

LJUBLJANA – Požar v Mercatorjevi hladilnici je bil največji požar na objektu do zdaj. Čeprav so aktivirali vse enote, je bilo delo gasilcev organizirano tako, da druge intervencije niso bile ovirane.

MITJA FELC, C. R.

Namestnik poveljnika ljubljanske gasilske brigade Jože Ložnar Kranjc je v pogovoru za *Delo* pojasnil, kako poteka gašenje tako obsežnega požara, kakršen je bil torkov boj z ognjem v Mercatorjevi hladilnici sadja, zelenjave in suhomesnatih izdelkov. Ker je gorela plastična embalaža, naložena druga na drugo, zrak pa ima tako dovolj prostora, jih obsežnost požara ni presenetila. Sogovornik poudarja, da pri njihovem delu ne sme biti

samostojnih akcij, ampak mora biti njihovo delovanje zelo natančno in usklajeno, vse pa temelji na dobesedno vojaškem poveljevanju. Sogovornik je pri tem poudaril požrtvovalnost prostovoljnih gasilcev in še enkrat spomnil, da je sistem, v katerem so poklicni gasilci izenačeni z drugimi delavci v javnem sektorju, nepravilčen.

Na pogorišču je še vedno požarna straža, včeraj pa se je pravo delo začelo za kriminaliste in forenzike, ki morajo ugotoviti vzrok za požar in poiskati odgovorne zanj.

Do konca preiskave višina škode ne bo znana. V Mercatorju ocenjujejo, da sta huje poškodovani okoli dve tretjini od skupaj 13.000 kvadratnih metrov skladiščne površine in vseh okoli 850 ton skladiščenih izdelkov.

STRANI 7, 9

Kriminalisti in forenziki pred zahtevno nalogo

Iskanje vzrokov požara Preiskovalci so se že sprehodili po pogorišču – Najprej iščejo izvor požara, kako se je širil, na koncu sledi rekonstrukcija



Kriminalisti si s pomočjo gasilcev ogledujejo pogorišče in ugotavljajo vzrok požara. FOTO JURE ERŽEN

LJUBLJANA – Ko so gasilci dali zeleno luč, da je pogorišče Mercatorjeve hladilnice v Zalogu dovolj varno za ogled, so se včeraj dopoldne tja že odpravili kriminalisti in forenziki. Ti bodo zdaj poskušali ugotoviti, zakaj je zagorelo in poiskati odgovorne za požar, ki je terjal smrtno žrtev in povzročil ogromno škode.

MITJA FELC

Vso noč so gasilci dežurali na pogorišču, ki je v torkovem požaru povsem uničil Mercatorjevo hladilnico, usoden pa je bil tudi za enega od izvajalcev, ki so tam opravljali dela. Prav zato se ugiba, da je razlog za požar iskati prav v vzdrževalnih delih, vendar bo treba počakati do zaključka zahtevne kriminalistične preiskave. Ponoči se je sicer sprožilo še nekaj manjših požarov, ki pa so jih hitro obvladali. Zago-rela je namreč plastika, ki je precej nepredvidljiva, saj se na površini naredi skorja, pod katero še vedno tli, to pa se ob ugodnih pogojih, denimo vetru, lahko kaj hitro vname.

Čprav še vedno obstaja možnost skritih žarišč, je bilo po oceni gasilcev včeraj že dovolj varno, da so prizorišče prepustili kriminalistom. Gasilci v preiskavi ne sodelujejo, so pa vsaj v tem primeru nepogrešljivi, saj ustrezno pomagajo, med drugim so omogočili, da so si kriminalisti s pomočjo gasilske lestve z vrha ogledali in fotografirali pogorišče. Ekipa sedmih gasilcev bo do nadaljnjega ostala na pogorišču, saj nevarnost še ni povsem minila, območje bo zato še vedno zaprto, straži pa ga policija.

Ogled pogorišča je ključen

Kot v vseh primerih tudi pri preiskavi vzrokov požara policija natančnih taktik in metod dela ne razkriva. Dejstvo pa je, da je iskanje vzrokov požara eno najtežjih kriminalističnih opravil. Nataša Pučko z ljubljanske policijske uprave pojasnjuje, da se preiskava začne že z zavarovanjem kraja dogodka in zbiranjem prvih obvestil (oškodovanci, priče dogodka, gasilci ...). Ko so vzpostavljeni pogoji za varno delo, pa si kriminalisti ogledajo pogorišče, kar je pri preiskavi ključnega pomena. »Z ogledom se ugotavlja vzrok za nastanek

gorenja in ali je bil vzrok požara delovanje človeka. Preiskovanje vzroka požara je eno izmed najzapletenejših in zahtevnih preiskav, saj je kraj požara pogosto spremenjen zaradi uničujočega delovanja ognja in poškodb na objektih ter sprememb, ki jih dodatno povzročijo gasilci z gašenjem.«

Pri ogledu zavarujejo različne vrste materialnih sledi, na podlagi katerih se išče vzroke požara. Pri ogledu kraja lahko poleg kriminalističnih tehnik sodelujejo še preiskovalci Nacionalnega forenzičnega laboratorija, inšpektorji in drugi strokovnjaki z različnih delovnih področij (elektrika, nevarne snovi, eksplozivne snovi). Kdaj bo preiskava končana, je težko napovedati, saj na to vpliva več dejavnikov. Tudi tokrat o ugotovitvah obvestili državno tožilstvo. Požare pa kazensko pravno opredelijo kot naslednja kazniva dejanja: požig, poškodovanje tuje stvari in povzročitev splošne nevarnosti.

Velika gmotna škoda

Drago Menegalija, predstavnik generalne policijske uprave s področja kriminalitete, je dodal, da ogled

kraja poteka po navodilih stroke s področja preiskovanja požarov, v policiji pa imajo stalna usposabljanja za kriminaliste in kriminalistične tehnike, ki so večinoma točno določeni za opravljanje tovrstnih ogledov. »Najprej se objekt vizualno pregleda. Na podlagi vidnih sledov na materialu, zgradbi se poskuša ugotoviti, kje je začelo goreti in kako se je požar širil. Nato se fizično pregleduje pogorišče, odmika ostanke ter poskuša opraviti rekonstrukcijo širjenja požara,« še pojasnjuje.

V prvi fazi ogleda iščejo predvsem znake širjenja požara na objektu in predmetih v njem. Ko ugotovijo, kje naj bi začelo goreti, sledi natančen pregled centra požara, pri katerem iščejo vire vžiga in materiale, ki so goreli. Na koncu so na vrsti rekonstrukcija pogorišča ter laboratorijska analiza električnih naprav in kemijska analiza vnetljivih tekočin.

Po prvih ocenah je požar hujše poškodoval okoli dve tretjini skladiščnih prostorov in uničil vse skladiščne izdelke. Gmotna škoda je velika, vendar bo za natančne podatke treba počakati do konca uradne preiskave.

»Pri gasilski intervenciji je način vodenja vojaški«

Pogovor z **Jožetom Ložnarjem Kranjcem** Namestnik poveljnika gasilske brigade o tem, kako so se spopadli s požarom **Mercuratorjeve** hladilnice

LJUBLJANA – Torkov požar **Mercuratorjeve** hladilnice v Zalogu je bil po besedah Jožeta Ložnarja Kranjca, namestnika poveljnika Gasilske brigade Ljubljana, najboljše požar na objektu do zdaj. A vendar so ga s strokovnim znanjem, profesionalnim vodenjem in seveda s pomočjo kolegov prostovoljcev ukrotili v kakšnih štirih urah.

MITJA FELC

Plastična embalaža, naložena na kupe, kjer je dovolj prostora za zrak, je v stiku z ognjem z gasilskega vidika prava tempirana bomba. In prav to je razlog, da se je torkov požar tako hitro razširil in zajel skoraj celotno 10.000 kvadratnih metrov veliko hladilnico sadja, zelenjave in suhomesnatih izdelkov.

Usklajevanje dela več kot 250 gasilcev – tako poklicnih kot prostovoljnih – je izjemno zahtevna naloga, ki so ji bili znova kos.

Jože Ložnar Kranjc nam je pojasnil, da se je njihov način dela znova izkazal za dobrega, pohvalil je požrtvovalnost kolegov prostovoljcev, ob koncu pogovora pa spomnil, da se mu zdi nenavadno, da jih država (tudi pri plačilnem razredu, op. p.) tlači v isti koš z drugimi v javnem sektorju.

To je bil verjetno eden večjih, če ne največji požar v zadnjih letih tako po površini kot po številu udeleženih gasilcev?

V zadnjem desetletju je bil to gotovo največji požar. Če govorimo o površini zgradbe, ki je gorela, pa je bil to do zdaj največji požar. Po površini v naravi smo se sicer že sprijeli s požari večjih razsežnosti, na objektu še ne. Po številu udeleženih gasilcev pa bi ga uvrstil med večjega, gotovo med prvih pet.

Kako z logističnega vidika poteka gašenje tako obsežnega požara? Soliranje gotovo odpade, načrtovanje in koordinacija pa sta verjetno izjemno pomembna?

Vsaka intervencija je razdeljena na več segmentov, na logistiko, vodenje in tako naprej. Naredi se sektorizacija nekega požara, kar pomeni, da se ga razdeli na več posameznih delov, na več sektorjev. Vsak sektor se nato vodi posebej, se pravi, vsak ima svojega vodjo. Sektorjev ni več kot pet ali šest. V tem primeru smo imeli štiri.

Kako poteka usklajevanje in razdeljevanje nalog z gasilci prostovoljnih gasilskih društev?

Konkretno v tej intervenciji je bil postavljen štab v celotni svoji sestavi, se pravi, da se točno določi, kdaj kdo dela. Jasno je, kaj dela poveljnik, kaj delajo podrejeni, naloge so v celoti razdeljene. Tako prostovoljni kot poklicni gasilci v okviru usposabljanja vadijo delo v posameznih sektorjih in so na takšen način dela pripravljeni. Tu bi izpostavil, da imamo v Ljubljani enoto za podporo vodenju, ki je odgovorna za koordinacijo z enotami na terenu, teh je bilo v torkovem primeru nekaj več kot 30, kar pomeni kakšnih 260 ali 270 gasilcev. Z vsemi je bilo treba prek sistema vodenja vzpostaviti stik. Vsak, ki vodi, ima največ tri podrejene, s katerimi direktno komunicira, jih usmerja. Ko gre povelje iz štaba, se to prenese do tistega, ki mu je namenjeno. Koordinacija, razen tega, da se pove, s čim se bo gasilo, kje, kako, kakšen bo postopek, je naloga vodje intervencije. Pomagajo mu operativni vodje. Vodja intervencije bdi nad ostalimi stvarmi, poskrbi za celotno logistiko. Da je pogorišče oskrbljeno z vodo, da so vozila na mestu, da je zagotovljen varen postopek gašenja, poskrbi za nujno medicinsko pomoč za vsak

primer, nenazadnje mora poskrbeti tudi za hrano in pijačo v tako obsežnem in dolgotrajnem gašenju.

Poskrbeti pa je treba tudi za okoliške prebivalce?

Seveda, javnost mora biti obveščena, predvsem, če grozi kakšna nevarnost. Obveščali smo prek medijev in facebooka. Med intervencijo se je zaradi skladiščenja amoniaka izkazalo, da bi utegnilo biti to nevarno za ljudi. Zato smo evakuirali tudi bližnji vrtec, saj si ne smemo dovoliti, da bi bil kdo ogrožen, sploh pa ne najmlajši. Šlo je za povsem preventivni ukrep in vodja se je za takšen korak odločil precej hitro.

Pri vašem delu gre za nekakšno obliko vojaškega vodenja?

Točno tako, gre za neko obliko vojaškega vodenja. Načela vodenja vsake intervencije slonijo na treh nalogah: osnovni, podporni in naloga rezerve. Vse te tri naloge morajo biti pokrite, če jo želimo izpeljati učinkovito, varno in da se uporabijo vsa sredstva, ki so temu namenjena. Če katera naloga ni izpeljana, se lahko stvar sesuje.

Nad gorečim objektom se je valil ogromen oblak črnega dima, večinoma je gorela plastična embalaža. Kako se ogenj lahko tako hitro razširi?

V tem primeru je res gorela plastična embalaža, gasilec sicer načeloma že po dimu prepozna, kakšen material se je vnel. Težava plastične embalaže pa je, da je naložena druga na drugo. To je za nas velik problem, požar se je zato izjemno hitro širil.

Ker je dovolj prostora za zrak?

Da. In se za požar ustvarijo dobri pogoji. To nam gašenje zelo otežuje, ker gašenje ni samo površinsko, saj gori celoten volumen. Problem



Jože Ložnar Kranjc: Prostovoljni gasilci so se spet izkazali s strokovnim delom. FOTO IGOR ZAPLATIL

hladilnic je še v tem, da so običajno izolirane zaradi zadrževanja temperature, izolacijski material pa je zelo gorljiv, recimo stiropor. Niso pa to nedolžni materiali, saj dražijo dihalne organe, oči in tako naprej. Kot rečeno, pogoji za požar so bili dobri, ko se plastika vname, se ogenj hitro razširi. Ne vem pa, ali je bil objekt opremljen s kakšnim aktivnim požarnim sistemom, da sam začne z gašenjem in opozori gasilsko službo.

Imate vaje in usposabljanja za tako obširne požare, a realnost je nekaj drugega. Kako bi ocenili to intervencijo?

Načeloma niti v celotnem postopku vodenja niti gašenja, ni bilo nobene napake v smislu, da bi lahko drugače izpeljali. Tako kot pri vsaki stvari pa je vedno prostor za izboljšave. Izkazalo se je, da so naši postopki zastavljeni pravilno in so se pokazali za učinkovite. Nekaj let že vztrajamo, da javna gasilska služba v Ljubljani deluje kot enovita, zdaj se je spet pokazalo, da je to edino pravilno. Naši kolegi prostovoljni gasilci so se znova izkazali s požrtvovalnostjo in strokovnim delom. Izkazalo se je, da njihov trud, ki ga vlagajo v usposabljanje, ni zaman. Posamezna enota je tu povsem nemočna, vsak košček mozaika mora

delovati brezhibno. Še tako dobra tehnika ni prav dosti vredna, če je nekdo ne zna uporabljati. In prav tako, dobra ekipa, če nima dobrega vodje, je povsem nemočna. Vsak segment – od vodje do zadnjega gasilca v vrsti – mora delovati brezhibno.

Na delu je bilo veliko gasilcev. Kako je v takšnih primerih poskrbljeno za ostale intervencije?

Sistem javne gasilske službe je zasnovan tako, da je operativno zmožen voditi nekaj hkratnih intervencij. Res pa je, da je torkova intervencija zahtevala alarm tretje stopnje, kar pomeni, da je bila

aktivirana celotna javna gasilska služba. Na preizkušnji so bile vse naše razpoložljivosti, od opreme do moštva. A treba je poudariti, da smo zagotovili varnost prebivalcev tudi v drugih intervencijah. Medtem ko je divjal požar v Zalogu, je gasilska brigada z ostalimi prostovoljnimi društvi opravila še tri intervencije. Od reševanja živali, gašenja požara in posredovanja v prometni nesreči, ki je bila sicer pozneje preključena. Včasih je tisto, česar se ne vidi, tako kot denimo pri požaru hladilnice, še bolj pomembno.

Razlogi za požar vam verjetno niso znani, ta se šele ugotavlja. Ali gasilci pri preiskavi tudi kaj sodelujete s kriminalisti?

O razlogih se marsikaj govori, znani pa nam res niso. To je zdaj naloga kriminalistov. Pri preiskavi z njimi ne sodelujemo, le poskrbimo, da varno opravljajo delo in mogoče pomagamo, denimo, če je treba preiskovalca dvigniti z lestvi jo ali kaj podobnega.

Znova se je izkazala požrtvovalnost gasilcev.

Poudaril bi, da prostovoljni gasilci glede na težavno delo, ki ga upravljajo, nimajo ustrezno urejenega položaja. To delo ni primerljivo z ostalim delom. Tudi naše delo poklicnih gasilcev, sem prepričan, ni primerljivo z ostalimi v javnem sektorju. Ne zahtevamo slave, ne zahtevamo ničesar. Zadovoljni smo že, ko nam ljudje preprosto rečejo hvala.

In verjetno normalne pogoje za delo?

Seveda. Mesto Ljubljana se za nas zelo trudi, vendar bi si želeli podpore in ureditev našega statusa tudi na državni ravni. Že jutri se lahko zgodi potres in bomo znova na preizkušnji.

Priloga E: Kronika/požar



Luka Cjuha

KRONIKA / POŽAR / V velikem požaru, ki je včeraj izbruhnil v Mercatorjevem skladišču v Zalogu, je umrl delavec, ki je sodeloval pri rednih vzdrževalnih delih. Skladišče je povsem uničeno, ogled pa naj bi policisti opravili šele danes. **x cr 12**

ZAGORELO V SKLADIŠČU

Dim so videli po vsej Ljubljani

V velikem požaru, ki je včeraj izbruhnil v Mercatorjevem skladišču v Zalogu, je umrl delavec, ki je sodeloval pri rednih vzdrževalnih delih. Skladišče je povsem uničeno, ogled pa naj bi policisti opravili šele danes.

✎ Sven Berdon

LJUBLJANA. Zaradi gostega črnega dima, ki ga je bilo mogoče videti praktično iz vsakega kotička slovenske prestolnice, je včeraj pri srcu stisnilo marsikaterega Ljubljančana. Z velikim požarom, ki je izbruhnil v Zalogu, kjer je zagorelo Mercatorjevo glavno skladišče za osrednjo Slovenijo za sveži program, zelenjavo, sadje in meso, so imeli ogromno dela tudi gasilci – z

ognjenimi zublji se je namreč več ur spopadlo kar okoli 180 gasilcev, a so ga v poznih popoldanskih urah uspeli omejiti. Pozno popoldne so pristojni potrdili tudi najbolj tragično informacijo glede požara, da so delavca, ki je pred požarom v stavbi sodeloval pri rednih vzdrževalnih delih in je vse od izbruha ognja veljal za pogrešanega, našli mrtvega. Ali je morda zagorelo prav zaradi vzdrževalnih del, včeraj še ni bilo jasno, saj kriminalisti in forenziki še niso mogli opraviti ogleda kraja dogodka.

Ogenj v skladišču na Hladilniški poti v Zalogu je izbruhnil okoli poldneva, na kraj požara pa so takoj napotili številne gasilske enote, saj je bilo hitro jasno, da gre za požar večjih razsežnosti. Pristojni so kaj hitro pojasnili, da med požarom ni prišlo do sproščanja snovi, ki bi lahko bile nevarne za življenje ali zdravje ljudi, zaradi gostega črnega dima, ki se je

vil s prizorišča, pa so prebivalcem z območja Zaloga, Polja in širše okolice vseeno svetovali, naj zaprejo vsa okna in vrata ter se po nepotrebnem

ne zadržujejo na prostem. Nataša Pučko iz ljubljanske policijske uprave je ob tem dodala, da so pripadniki civilne zaščite ob pomoči policistov in gasilcev evakuirali okoliške objekte, med drugim so na varno odpeljali tudi malčke iz vrtcev Znajček in Pedenped. Požar je vplival tudi na pouk na Osnovni šoli Zalog, kjer so učence s predmetne stopnje poslali domov, medtem ko so morali učenci z razredne stopnje na starše počakati v šoli.

Sodelavec lažje poškodovan

Da so na prizorišču požara našli mrtvega delavca, je včeraj pozno popoldne potrdil poveljnik ljubljanske gasilske brigade Tomaž Kučič. Kot kaže, delavec zunanje podjetja, ki je v Mercatorjevem skladišču opravljalo vzdrževalna dela, ob izbruhu požara ni našel poti iz stavbe. Poleg tega so ognjeni zublji poškodovali tudi njegovega sodelavca, ki pa je imel precej več sreče, saj so ga zaradi lažjih poškodb odpeljali na zdravljenje v klinični center. Ogenj je skupno zajel kar 10.000 kvadratnih metrov površin, ob poklicnih pa so se z njim spopadli tudi prostovoljni gasilci iz 25 gasilskih društev iz Ljubljane s kar 60 gasilskimi vozili.

Požar, ki je objekt povsem uničil, so v poznih popoldanskih urah pogasili, vendar so morali po Kučičevih besedah nato počakati še vsaj kakšno uro, da se je vse skupaj ohladilo do te mere, da ni moglo priti do ponovnega vžiga. Večino gašenja so gasilci opravili z vodo, ki so ji dodajali tudi penilo, da je prišlo do večjega učinka. O vzroku požara pristojni včeraj še niso dajali ocen, saj okoli 30 policistov, ki so prišli na kraj dogodka, tudi proti večeru še ni moglo varno opraviti ogleda. Po nekaterih informacijah naj bi prizorišče pod drobnogled vzeli šele danes.

Kakšno škodo so povzročili ognjeni zublji, nam včeraj še ni znala povedati niti Katja Kek iz Mercatorja, zatrnila pa je, da kljub uničenju njihovega glavnega skladišča za tako imenovani sveži program ne bo težav z dobavo v njihovih trgovinah, saj blago že preusmerjajo v druga skladišča po državi. x

10.000

KVADRATNIH METROV

površin je skupno zajel ogenj

Priloga G: Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu



Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu

Kriminalisti so včeraj vendarle začeli podrobnejšo preiskavo v pogorelem Mercatorjevem skladišču v Zalogu, ki ga je v torek zajel velik požar, vendar si po naših podatkih vseh delov stavbe še niso mogli ogledati.

KRONIKA ● 14

MERCATORJEVO SKLADIŠČE

Požar uničil dve tretjini skladišča v Zalogu

Kakšne so ugotovitve preiskave velikega požara v Mercatorjevem skladišču v Zalogu, ki je terjal tudi smrtno žrtev, včeraj še ni bilo mogoče izvedeti.

● **Sven Berdon**

LJUBLJANA. Kriminalisti so včeraj vendarle začeli podrobnejšo preiskavo v pogorelem Mercatorjevem skladišču v Zalogu, ki ga je v torek zajel velik požar, vendar si po naših podatkih vseh delov stavbe vseeno še niso mogli ogledati. Nekateri deli konstrukcije naj bi bili namreč tako poškodovani, da varen dostop na nekatere dele prizorišča še ni bil mogoč. Tako včeraj še vedno ni bilo jasno, zakaj je zagorelo, prav tako še ni bilo mogoče izvedeti, zakaj je umrl delavec, ki je sodeloval pri rednih vzdrževalnih delih, saj obdukcija še ni bila končana.

Po nekaterih podatkih so delavci zunanega podjetja med vzdrževalnimi deli opravljali tudi varilna dela, kar bi lahko bil po nekaterih ugibanjih tudi razlog, da je zagorelo, a od preiskovalcev potrditve tega podatka včeraj ni bilo mogoče dobiti, saj je v zraku še vedno viselo preveč neodgovornih vprašanj. Na policiji tako denimo niso želeli potrditi niti podatka, da je v požaru zares umrl pogrešani delavec, ker tega na podlagi ugotovitev obdukcije



Po nekaterih podatkih je bil požar, ki je skupno zajel kar okoli 10.000 kvadratnih metrov površin, doslej največji industrijski požar pri nas. ● Luka Cjuha

še ni bilo mogoče potrditi z vso gotovostjo. Poleg njega se je v divjanju ognja lažje poškodoval tudi njegov sodelavec, medtem ko med okoli 150 zaposlenimi, ki so bili v trenutku izbruha ognja v skladišču, na srečo ni bilo poškodovanih.

Ponoči nekaj novih izbruhov ognja
Po prvih ocenah iz Mercatorja so ognjeni zublji huje poškodovali okoli dve tretjini skladiščnih prostorov,

ogelj je uničil tudi vse izdelke v skladišču, zato bo gmotna škoda zagotovo velika, je pa včeraj še niso znali oceniti. Po njihovih podatkih je zgorelo več sto ton zalog, večinoma izdelkov iz svežega programa (sadja, zelenjave in mesa) ter delikatese in mlečnih izdelkov, a kot so zatrili že v torek, to na dobavo blaga njihovim trgovinam ne bo vplivalo.

Dodajmo še, da so gasilci – pri gašenju jih je sodelovalo kar okoli 270 –

vso noč po požaru nadzorovali pogo-rišče in da je tudi prišlo do nekaj novih izbruhov ognja. Kar namestnika poveljnika Gasilske brigade Ljubljana Jožeta Ložnarja Kranjca ni posebej presenetilo, saj je gorela tudi plastika. »ta pa na površini ustvari skorjo, pod katero lahko še vedno tli«. Po njegovi oceni, ki jo je podal včeraj sredi dneva, pa je bil tedaj požar vendarle v celoti pogašen, kar pomeni, da tudi skritih žarišč ne bi smelo biti več. x

Priloga H: Našli smo nekaj hladilnic, kjer bi Mercator lahko skladiščil

ANKETA Našli smo nekaj hladilnic, kjer bi Mercator lahko začasno skladiščil

Mercator je zaradi uničene hladilnice v Zalogu včeraj dobavitelje sadja, zelenjave, mleka in mesa, ki so dobavljali v Zalog, preusmeril v Mercatorjevi skladišči v Maribor in na Ptuj.

Vendar tam ne bo dovolj prostora, zato bodo za prihodnjih nekaj mesecev morali poiskati dodatna skladišča. Poglejmo, kje bi lahko najeli nadomestne hladilnice.



Izet Rastoder, Rastoder: »Če bo Mercator potreboval pomoč pri skladiščenju, bomo pomagali, tako kot bi vsakomur. Je pa res, da je naše skladišče polno banan in da imamo obveznosti do lastnih kupcev. Zdaj sem v tujini, podrobnejših informacij še nimam.«



Borut Vrvišar, Kuehne + Nagel: »Naše hlajeno skladišče v Ljubljani je povsem polno, v Zagrebu pa imamo trenutno prostih sedem tisoč paletnih mest. Iz Zagreba tudi si cer distribuira-mo precej izdelkov za Slovenijo.«



Boštjan Kozole, Euro-sad: »Če bi Mercator-ju odgovarjala naša lokacija hladilnice v Krškem, bi lahko našli nekaj prostih zmogljivosti.«



Luka Koper: »Pri nas imamo 29 tisoč kvadratnih metrov hlajenih skladišč in še dva tisoč kvadratnih metrov za globoko zamrznjene izdelke. Teoretično imamo dovolj prostora, da bi lahko Mercator skladiščil sadje in zelenjavo pri nas. Je pa težava, ker smo carinska cona in bi to lahko zanj pomenilo dodaten strošek. Naša hčerinska družba Adria Terminali paima v Sežani na voljo približno tisoč kvadratnih metrov skladišč, kjer pa ni carinske cone in bi lahko skladiščili brez ovir.«



Peter Polanič, Panvita: »To je velika tragedija in velika poslovna škoda za Mercator. S preusmeritvijo skladiščenja v Maribor in Ptuj bodo morali v Mercator-ju povsem spreminjati logistične poti. Prostih zmogljivosti v hladilnicah sicer pri nas nekaj malega imamo, vendar ne dovolj.«



Izidor Krivec, Celjske mesnine: »Če bo treba, lahko določen čas za Mercator tudi neposredno dostavljamo po trgovinah, saj smo to počeli tudi v preteklosti. Za zdaj se o rešitvah še nismo pogovarjali, vse je odvisno tudi od tega, kako dolgo bi takšne razmere trajale. Tudi mi smo imeli leta 2006 požar, zgoreli sta klavnica in skladišče, imeli smo za deset milijonov evrov škode. Če bo treba pomagati, bomo pomagali.«

Priloga I: Zaradi požara v Mercatorju bodo imeli več posla avtoprevozniki

Diverzifikacija ali fokus – kaj izbrati kot strategijo mednarodnega poslovanja?
Dodatne informacije: www.izvoznifokus.si

Brezplačna udeležba!

2. Izvozni fokus 21. maj 2015, Ljubljana





9 771318 154000

Prvi slovenski poslovni dnevnik www.finance.si

Finance



NAJBOJŠI FINANČNIK
Kaj se lahko od Draga Kavška nauči Cerar

EUR/dolar

↑ 1,1244

EUR/EURIBOR12M

↓ 0,168%

Nafta Brent, London

↓ 64,3\$

SBI TOP

↓ -0,12%

SREDA, 13. maja 2015, 3€ 014490 • 120 EUFI • IS HNK

UKLEŠTAVO: 010 30 3540 • E-POŠTA: FINANCE@FINANCE.SI • NALOŽNINE: 060 25 80

Kam danes s

70.000 evri?

Kje se da obogateti, kaj ta hip prinaša denar, svetujejo strokovnjaki s Finančne konference v Portorožu 2,3

▶ 18, 19



Nesreča za Mercator, priložnost za avtoprevoznike

DA BI SE MALA PODJETJA MNOŽILA KOT ZAJCI

Vlada malim podjetjem ponuja korenček in veliko palic

▶ 4,5



PRILOGA LOGISTIKA: PESAR V MERCATORJIH

JIRI VILŠAK NOVOLA

Kaj prodaja Radensko? Strast, ne nostalgija.

15



VROČE ŽELEZO

Store Steel bi se lahko kmalu kalil v SJJ

▶ 8



dražbe.Finance.si

Razprodaja igrač za velike fante

▶ 9



49

Zaradi požara v Mercatoriu bodo imeli več posla avtoprevozniki

V Mercatoriu so dobavitelje iz Zaloga že preusmerili v Maribor in na Ptuj, naročili so dodatne tovornjake in povečali število izmen v hladilnicah



Požar je v Zalogu uničil osem tisoč kvadratnih metrov od skupaj 13 tisoč kvadratnih metrov Mercatorjevih skladišč na tej lokaciji.

13

tisoč kvadratnih metrov skladišč na Mercatorju v Zalogu.

8

tisoč kvadratnih metrov je površina skladišč.

370

ton sadja, zelenjave, mesa in mlečnih izdelkov vsak dan odpelje iz Zaloga.

850

ton izdelkov je sprejeto v Mercatorjevih skladiščih.

12

tisoč kvadratnih metrov skladišč skupaj ima Mercator v Mariboru in na Ptuj.

F NATASA KORAZIJA, MATEJA BEETONCELI,
FOTO: JURE MAKOVEC
finance@financesi

V Zalogu je imel **Mercator** skupaj **13 tisoč kvadratnih metrov skladišč** za sadje, zelenjavo, mlečne izdelke in meso. Včeraj je požar povsem uničil osem tisoč kvadratnih metrov skladišč, zgorelo je tudi **850 ton izdelkov**.

»Hladilnico v Zalogu smo uporabljali kot pretočno skladišče, iz katerega smo distribuirali izdelke po Sloveniji,« pravi Igor Maroša, član uprave **Mercatorja**. Za prihodnja dva do tri dni velja, da bodo **Mercatorjevi** dobavitelji vozili izdelke v Maribor in na Ptuj. »O tem jih že obveščamo. Pri zunanjih izvajalcih naročamo dodatne tovornjake, v hladilnicah pa povečujemo število izmen. Za prihodnja dva, tri mesece oziroma dokler ne bo sanacija v Zalogu končana bomo v Sloveniji potrebovali dodatne hladilne zmogljivosti. Ocenjujemo, da jih je dovolj in da jih bomo lahko najeli pri zunanjih partnerjih. Nekateri so se že obrnili na nas in nam ponudili pomoč,« pravi Maroša. **Mercator** bo danes dokončno pripravil načrt, kam bo vozil kateri od dobaviteljev.

Več zalog pri dobaviteljih
Obstaja verjetnost, da bodo nekatere dobavitelje za izdelke v daljšim rokom trajanja prosili, da bodo imeli več zalog pri sebi. Izidor Krivec iz Celjskih mesnin pravi, da lahko začasno brez težav znova sami distribuirajo po **Mercatorjevih** trgovinah, ker so to večših že delali. Iz **Mercatorjevega** skladišča v Zalogu so



Danes bomo pripravili dokončen načrt, kam bo vozil kateri dobavitelj. V Mariboru in na Ptuj imamo 12 tisoč kvadratnih metrov skladišč.

Igor Maroša, član uprave Mercatorja

vsak dan odpeljali **370 ton** sadja, zelenjave, mesa in mlečnih izdelkov. »Ta požar je **Mercatorju** postavil na glavo vse logistične poti. Ker so dobavitelje preusmerili v Maribor in na Ptuj, bodo imeli več dela avtoprevozniki. Potrebovali bodo kak mesec, da se stvari postavijo nanovo,« ocenjuje Stojan Grčić, logistični svetovalec. Dejstvo je, da bodo imeli tako dobavitelji kot **Mercator** zaradi tega v prvi fazi višje transportne stroške. Ali obstaja možnost, da bodo Slovenijo oskrbovali iz Hrvaške? »To možnost še ocenjujemo. Transportni stroški so razmeroma velika postavka,« pravi Maroša. V prihodnjih dveh do treh mesecih prihaja sezona slovenskega sadja in zelenjave. »Zagotavljamo, da bomo vse odkupili in zvozili,« pravi v **Mercatorju**.

Kje bo Mercatorjevo centralno skladišče?

Glavna **Mercatorjeva** težava na področju oskrbovalnih verig, kijo požar v Zalogu dodatno odpira, je, da nima centralnega skladišča. Vsi veliki trgovci sicer distribuirajo iz centralnega središča, ker jim to optimizira logistične poti in stroške. **Mercator** ima skladišče na različnih lokacijah, večje ima denimo na Slovenčevi cesti v Ljubljani. Pred približno desetimi leti je **Mercator** že odkupil zemljišče za centralno skladišče v Želodniku, vendar ga nikoli ni začel graditi. Zdaj o centralnem skladišču razmišljajo skupaj z novim lastnikom **Agrokorjem**. Proučevali naj bi več različnih lokacij, po naših informacijah je še najbolj aktualna možnost centralnega skladišča ob Letalski cesti, v okviru projekta multimodalnega logističnega centra BTC in SŽ.



Priloga J: Požar v Mercatorju terjal smrtno žrtev



Zaradi hitre intervencije gasilcov se ogenj iz skladišča ni razširil na objekte v okolici. (© Sveti Evžena)



Gost črn dim je bilo videti več kilometrov daleč. (© Sveti Evžena)

Požar v Mercatorju terjal smrtno žrtev

Gost črn dim, ki se je valil iz Mercatorjevega skladišča v Zalogu, je bilo videti več kilometrov daleč, iz bližnjih vrtcev so evakuirali otroke. Vzrok požara in škoda še nista znana

Včeraj tik pred poldnevom je zagorelo v deset tisoč kvadratnih metrov velikem skladišču Mercatorja na Hladilniški poti v Zalogu v Ljubljani, v katerem skladiščijo sadje, zelenjavo in meso, namenjeno distribuciji po osrednji Sloveniji. Po prvih informacijah je zagorelo v hladilnici objekta, potem

je ogenj zajel streho. Na kraj požara je odhitelo 180 gasilcev iz 16 društev in hitri intervenciji gre pripisati, da ni bilo nevarnosti, da bi se ogenj razširil zunaj objekta in ogrozil zgradbe in ljudi v okolici, pa tudi sproščanja nevarnih snovi ni bilo. S prizorišča se je več ur valil visok, gost in črn dim, videti ga je bilo več kilometrov naokoli, zato so okoliške prebivalce pozvali, naj dobro zaprejo okna in vrata in naj ne hodijo ven, če to ni res nujno potrebno.

Vzrok požara še ni znan, nekateri okoliški stanovalci pa so povedali, da je bilo najprej slišati eksplozijo, potem so zagledali bel dim. Preiskovalci - na prizorišču je bilo včeraj ves čas tudi okrog 30 policistov - se bodo ogleda

lotili, ko bo objekt dovolj varen, najverjetneje bo to možno šele danes, saj so gasilci še včeraj pozno popoldan gasili ogenj, potrebno pa je tudi več ur, da se notranjost objekta toliko ohladi, da lahko preiskovalci začno delo. Šele po temeljitem ogledu ter proučitvi vseh okoliščin bo možno z gotovostjo reči, kaj je povzročilo požar.

Čeprav so imeli gasilci ogenj pod nadzorom, so iz bližnjega zasebnega vrtca Zmajček evakuirali 26 otrok, prav tako so evakuirali otroke dveh enot javnega vrtca Pedenjped. Po besedah direktorja vrtca Zmajček Gregorja Pusta so se za evakuacijo odločili zaradi nekaterih opozoril, da bi zaradi amonijaka na mestu požara lahko prišlo do eksplozije, in niso želeli tvegati. Kot je še

dodal, so o dogajanju takoj obvestili starše, vsi otroci pa so se dobro počutili. Otroke iz vseh treh vrtcev so odpeljali v Fužine, kjer so počakali, da so po njih prišli starši.

Ogenj so gasili poklicni gasilci in gasilci 25 društev, na terenu je bilo 60 vozil

Čeprav požar ni pomenil večje nevarnosti za okolico, pa brez posledic vendarle ni minil. Ena oseba je v požaru umrla, po mnenju gasilcev delavec po izbruhu ognja ni našel poti ven. Nataša Pučko, predstavnica za stike z javnostmi PU Ljubljana je potrdila, da gre za zaposlenega v enem od podjetij, ki so v skladišču opravljala vzdrževalna dela. Iz Mercatorja so namreč sporočili, da so kmalu po začetku požara navezali stik z vsemi zaposlenimi v skladišču. Še eno osebo pa so, lažje poškodovano, odpeljali v UKC Ljubljana, tudi ta je delala za zunanje izvajalce. V Mercatorju so kmalu po požaru poskrbeli za dodatne nabavne vire, da bi se izognili težavam pri oskrbi trgovin. (R)

Priloga K: Vzrok požara v skladišču še preiskujejo



Uničeno Mercatorjevo skladišče v Zalogu (Robert Bukar)



Zaradi požara so zaplaneli skladišča v Zalogu prenesli v skladišči v Mariboru in na Ptuj, da bi zagotovili nemoteno oskrbo Mercatorjevih trgovin. (Robert Bukar)

Vzrok požara v skladišču še preiskujejo

Ogenj je uničil dve tretjini Mercatorjevega skladišča v Zalogu in vse izdelke. Večina zaposlenih včeraj v službo v Maribor in na Ptuj

DAMIJANA ŽIŠT

Na pogorišču Mercatorjevega skladišča na Hladilniški poti v Zalogu pri Ljubljani, kjer je zagorelo v torek okoli 12. ure, pri tem pa je življenje izgubila ena oseba, drugo pa so zaradi vdihavanja dima odpeljali v bolnišnico, so bili včeraj še vedno policisti in kriminalisti, gasilci in druge službe.

Vzrok požara še ni znan, je sporočila tiskovna predstavnik ljubljanske policijske uprave Nataša Pučko, zato kriminalisti nadaljujejo preiskavo. Prav tako še ni ugotovljena identiteta mrtvega moškega, ki so ga našli na pogorišču. Po neuradnih informacijah gre za zaposlenega v podjetju zunanem izvajalcu, ki je na objektu tedaj opravljal vzdrževalna dela, med požarom pa žal ni našel poti ven. Ogenj so

gasilci po štirih urah pogasili, na pogorišču pa so ostali vso noč. Na delu objekta, kjer je izbruhnil ogenj, so ob požaru potekala vzdrževalna dela, opravljal jih je pogodbeni izvajalec. Ob požaru je bilo v službi okoli 150 delavcev Mercatorja, večina jih je bila na malici.

Vonj po dimu in pogorišče

Včeraj je bilo v zraku v Zalogu še vedno čutiti vonj dima, hudo poškodovana stavba s 13.000 kvadratnih metrov površine z ostrejšim objektom, ki je prav tako hudo poškodovano, pa kaže žalostno podobo. V Zalogu ima Mercator skladišča za sadje, zelenjavo, mlečne izdelke in meso. Požar je povsem uničil 8000 kvadratnih metrov skladišč, zato je Mercator včeraj dobavitelje iz Zaloga že preušenili v Maribor in na Ptuj, naročili so dodatne tovornjake in povečali število izmen v hladilnicah. Tako je včeraj veliko zaposlenih v skladišču odšlo na delo v Mercatorjeva skladišča na Štajersko.

V okolici, obdani s policijskim trakom, je bilo včeraj le še nekaj uni-

formiranih policistov, ki so varovali območje požara, nekaj gasilcev in zaposlenih v varnostni službi, ki varuje Mercatorjeve prostore, kriminalisti pa so opravljali kriminalistično preiskavo. Kako dolgo bo trajala, ni znano, treba bo pregledati zelo veliko površino, da bi odkrili vzrok požara.

Kot je povedal domačin, ki živi slabega pol kilometra od skladišča, se je v torek od tam visoko valil gost črn dim, viden več kilometrov daleč. "Nenadoma smo zaslišali močno eksplozijo in zagledali gost bel dim. Nismo vedeli, kaj se dogaja, vendar smo zaslišali sirene policijskih in gasilskih avtomobilov. Kmalu smo izvedeli, da gori Mercatorjevo skladišče. Odšel sem do skladišča, a je bila okolica že zastražena s policijo, povsod okoli so bili trakovi 'stop policija', gasilci so gasili, ostali so vso noč," je povedal.

Vrtci znova odprti

Ko je zagorelo, so delavci le nemočno opazovali, kako ognjeni zubli požirajo skladišče, izolacija je bila iz stiropora, zato se je kar talila, iz nje se je vil gost črn dim.

Včeraj se je življenje v okolici skladišča v Zalogu vrnilo v običajne tire. V sosednji stavbi Perutnine Ptuj so nemoteno opravljali svoje delo. Delavci, ki so odhajali iz službe, so povedali, da so, ko so opazili dim, stekli iz stavbe in le nemočno gledali, kako gori "pri najboljšem sosedu". Včeraj so bila znova odprta tudi vrata vrtcev v bližini Mercatorjevega skladišča, iz katerih so zaradi požara evakuirali otroke.

*Pri ugotavljanju
vzroka požara
sodelujejo
tudi forenziki*

Nov logistični center bo ob obvoznici

Torkov požar Mercatorjevega skladišča v Zalogu pri Ljubljani na načrtovano izgradnjo novega sodobnega logističnega centra, morda nekje v bližini ljubljanske obvoznice, ne bo imel vpliva. Po hudem požaru skladišča v Ljubljani je Mercator s prerazporeditvijo svojih logističnih poti iz drugih dveh skladišč, ki sta v Mariboru in na Ptuju, ter z najemom zunanjih logističnih kapacitet zagotovil čim bolj nemoteno oskrbo svojih trgovin in s tem omejil vpliv na tekoče poslovanje družbe. Ta izredni dogodek je pri njih še povečal pomembnost in potrebo po načrtovani izgradnji novega logističnega centra, zato bo Mercator okrepil vse aktivnosti pri tem projektu. O višini škode, ki jim jo je povzročil torkov požar in bi lahko bila več milijonska, v Mercatorju ne želijo špekulirati, medtem ko natančne ocene še nimajo, so pa imeli tako zgradbo kot opremo v njej v celoti zavarovano. Po neuradnih informacijah naj bi požar povzročilo iskrenje med varjenjem, ki je potekalo v okviru vzdrževalnih del na skladišču. (dt)



Upošteveno skladišče Mercatorja (Robert Balen)

Požar najverjetneje nastal pri vzdrževalnih delih

Odgovoriti bo treba na vprašanje, kako je bilo dogovorjeno zagotavljanje požarne varnosti na delovišču

Kot je povedala **Nataša Pučko**, tiskovna predstavnica ljubljanske policijske uprave, kriminalisti v sodelovanju s forenziki in drugimi strokovnjaki še vedno preiskujejo vzroke torkovega požara v Mercatorjevem skladišču v Zalogu.

Po neuradnih podatkih naj bi bil ogenj izbruhnil med varjenjem na dotrajanem izolirnem materialu industrijskih vrat, kar so opravljali zunanji izvajalci, pri tem pa naj se nekateri delavci ne bi popolnoma držali pred-

pisov o požarni varnosti. Vendar dose-danja preiskava te domneve ne more ne potrditi ne ovreči, razjasniti bo namreč treba še številne okoliščine glede del, ki so jih v skladišču opravljali, opreme, ki so jo pri tem uporabljali, ter protipožarnih in varnostnih ukrepov, nujnih ob takšnih delih. Odgovoriti bo torej treba na vprašanje, kdo je bil odgovoren za organiziranje požarne straže, Mercator ali izvajalec podizvajalskih del oziroma kako je bilo dogovorjeno zagotavljanje varnosti na delovišču med Mercatorjem in pogodbenim izvajalcem vzdrževalnih del.

Prav tako preiskovalci doslej niso potrdili, da je eden od delavcev iskal gasilni aparat, da bi pogasil ogenj, ki je nastal pri vzdrževalnih delih, kar je bilo mogoče prebrati na nekaterih spletnih portalih. **(d2)**