

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Adriana Gašpar

**Odnosi med novinarji in uredniki
pri ustvarjanju oddaje 24ur**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Adriana Gašpar

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljević

**Odnosi med novinarji in uredniki
pri ustvarjanju oddaje 24ur**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

Ratings don't last. Good journalism does.

Dan Rather

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju, doc. dr. Marku Milosavljeviću, za potrpežljivost in usmerjanje pri pripravi magistrske naloge.

Hvala sodelavcem, ki so z odgovori na vprašanja soustvarili to magistrsko nalogo.

Hvala tudi vsem prijateljem, ki ste mi z nasveti, pregledovanjem ali samo poslušanjem pomagali, da sem magistrsko nalogo končno napisala.

Največji HVALA pa gre mojim najdražjim, družini, ki mi je vsa leta študija, in kar nekaj se jih je nabralo, nesebično stala ob strani, mi omogočila študij in me na vsakem koraku podpirala, da sem lahko uspešno zaključila pomembno poglavje svojega življenja.

ISKRENA HVALA

Odnosi med novinarji in uredniki

Kot mlada novinarka, na začetku novinarske poti, sem se pri nastajanju oddaje spraševala, kdo je tisti, ki ukazuje in kdo tisti, ki ukaze izpolnjuje. Lahko novinarstvo sploh imenujemo izpolnjevanje kakršnih koli ukazov, ali je to, kar zvečer vidimo na ekranu, skupek nešteti idej, spoznanj, pogovorov, povzetkov. Kdo so ljudje, ki stojijo za uredniki; je pri komercialnem mediju res vse le igra denarja ali se vendarle tudi oni zavedajo, da je novinarstvo poslanstvo. Poslanstvo, ki ima veliko moč in služi višjemu cilju; poslanstvo, ki se ga da zlorabiti in ki se ga da unovčiti.

Med raziskovanjem sem odkrila, kako pomembni so odnosi znotraj redakcije in kako lahko že en sam pogovor popolnoma spremeni vidik prispevka. Preučevala sem novinarsko redakcijo, ki pripravlja oddajo 24ur in govorila s ključnimi akterji te medijske hiše.

Ključne besede: novinarstvo, razmerje moči, urednik, novinar, izbira teme, sogovornikov, odgovornost, avtonomnost, novice, blago, tabloidizacija.

Relations between journalists and editors

As a young journalist I was always wondering - when a broadcast is being made, who is the one giving orders and who is the one fulfilling them. Is it in journalism allow to fulfill any kind of orders or are the news we see on the broadcast just a merge of countless ideas, debates, summaries. Who are the people behind the editors; does at commercial media really everything starts and ends up with the money? Or is it so, that they are aware of journalism as being a mission. It is a mission with a lot of power that can be abused or used in good intentions.

During my research I realized how significant are relations inside news desk and how one talk can change the whole direction of news coverage. I was observing news desk responsible for broadcast 24ur and talking to main actors of this media.

Key words: journalist, power, editor, journalist, topic, interlocutor, responsibility, autonomy, news, tabloidization.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	7
1.1	RAZISKOVALNA VPRAŠANJA	8
1.2	METODOLOGIJA	9
2	NOVINARSTVO V ZAČETKU 21. STOLETJA.....	13
2.1	SPECIFIKE TELEVIZIJSKEGA NOVINARSTVA.....	16
2.2	TELEVIZIJSKO UREDNIŠTVO.....	18
3	NASTAJANJE ODDAJE 24UR	22
3.1	ZNAČILNOSTI ODDAJE 24UR	23
3.2	ORGANIZACIJSKA STRUKTURA IN HIERARHIJA V REDAKCIJI.....	24
3.2.1	Vloge urednikov v redakciji.....	25
3.2.1.1	Glavni in odgovorni urednik	26
3.2.1.2	Dnevni uredniki	29
3.2.1.3	Avtonomnost urednikov	34
3.2.2	Vloga novinarjev v redakciji.....	35
3.2.3	Odnosi med novinarji in uredniki v redakciji	38
3.3	RAZPRAVA	42s
4	SKLEP	46
5	LITERATURA.....	49
PRILOGE	51	
	PRILOGA A: Prepis intervjuja z glavnim in odgovornim urednikom	51
	PRILOGA B: Prepis intervjuja z dnevno urednico	56
	PRILOGA C: Prepis intervjuja z dnevnim urednikom.....	51
	PRILOGA Č: Prepis intervjuja z novinarjem.....	63
	PRILOGA D: Prepis intervjuja z zaposlenim	68
	PRILOGA E: Zapiski opazovanja z udeležbo.....	72

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Funkcije novinarstva.....	14
Slika 2.2: Preoblikovanje funkcije novinarstva pod vplivom tržne logike.....	15
Slika 2.3: Specifike televizijskega novinarstva	17
Slika 2.4: Poročanje v živo in takojšnjost.....	18
Slika 2.5: Vrednote uredništva.....	19
Slika 2.6: Glavni udeleženci pri nastajanju novice	20
Slika 3.1: Strukturna hierarhija redakcije 24ur	24
Slika 3.2: Hierarhija odločanja v redakciji	41

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 3.1: Delo glavnega in odgovornega urednika	28
Preglednica 3.3: Delo dnevnega urednika	33
Preglednica 3.4: Delo novinarja.....	37

1 UVOD

Le redko smo priča aktualnim dogodkom, pa vendar zanje kmalu izvemo, jih vidimo ali o njih beremo, saj o njih poročajo novinarji. Novinarji so tisti, ki nam posredujejo informacije in nas obveščajo o tem, kaj se dogaja v svetu, ki nas obkroža; so vez med dogodkom in gledalcem, poslušalcem ali bralcem (Mencher 2000). Vendar pa v svojem posredovanju niso avtonomni in brez zunanjih vplivov (Gieber 1999). Nanje vplivajo številni dejavniki, kot so pravni zakoni in novinarski kodeksi, vplivi lastnikov, organizacijska rutina, tržni pritiski, kulturni kontekst, patriotizem, profesionalna prepričanja ter spolno, rasno in stanovsko (ne)ravnovesje v novinarski redakciji (Harcup 2004). Pomembno vlogo pri izbiri tem in ustvarjanju novic imajo tudi uredniki, ostali zaposleni v novinarski redakciji in vodstvo novinarske hiše.

Številni avtorji so se ukvarjali s tem, kako je organizirana novinarska redakcija in kako je povezana z vodstvom ter preučevali vpliv razmerja med redakcijo in vodstvom na prednostno tematiziranje, rutino in vsebino medija (Hemmingway v Chapman 2009, Cottle 2004; Schlesinger 1978, Harrison 2006, Perovič 1998, Lippman 1965). Kljub temu pa obstaja raziskovalna vrzel, ki se nanaša na odnose znotraj redakcije med ustvarjanjem vsebine za določen medij. Primanjkuje nam raziskav o razmerjih moči med urednikom in novinarjem pri ustvarjanju prispevkov. Obstoječe raziskave tudi ne odkrivajo, ali in kako se razmerje moči spreminja, če se pogovarjata isti novinar in drug urednik, ali na avtoriteto urednika vpliva spol, ali je pomembna hierarhija v redakciji, kako in v kakšni meri se v prispevku izraža urednikova volja ter kaj se zgodi, če novinar urednikove volje ne upošteva. Na ta vprašanja skušam odgovoriti v magistrski nalogi.

V okviru magistrske naloge na primeru nastajanja informativne oddaje na največjem slovenskem komercialnem programu raziskujem, kakšni so kriteriji urednika, ko se odloči za določeno temo in kako jo izbere ter kateri vidik zgodbe predstavi. Raziskujem tudi odnos urednika do novinarja in obratno. Zanima me, ali ima urednik premoč nad novinarjem ali ne, ali se okoliščine spreminjajo od novinarja do novinarja, ali se okoliščine spreminjajo od urednika do urednika, in kako urednik in novinar skupaj konstruirata realnost. Ugotoviti skušam vire vpliva na odločitve novinarja ter v kolikšni

meri so to oglaševalci, odgovorni urednik in zunanji družbeni in politični akterji. Namen moje magistrske naloge je ugotoviti, kdo pravzaprav odloča, kaj bodo gledalci zvečer spremljali na televiziji. V ta namen predstavljam proces odločanja in razlike v procesu odločanja glede na vpletenost različnih oseb z njihovimi funkcijami. Skozi proces nastajanja oddaje ponazarjam, ali so novinarji pasivni in le ubogajo ukaze nadrejenih ali pa so oni tisti, ki prenašajo zgodbe. Iz opisov je razvidno, kdo je tisti, čigar beseda na koncu obvelja ter kakšni so doprinosi urednikov in novinarjev. Raziskujem tudi, na koga se novinarji obrnejo, če se z urednikom ne strinjajo in kako se potem ta oseba odloči; ali torej zaupa dnevnemu uredniku ali pa se odloči drugače in kako to vpliva na urednikovo avtoriteto.

1.1 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA

Najboljši uredniki poznajo občinstvo in novice, saj dnevno preberejo številne časopise in spletne strani, poslušajo radijske novice in gledajo konkurenčne televizijske novičarske programe; poleg tega poznajo jezik in kontekst (Gieber 1999; Lippman 1965; Harrigan 2004). Vse to pa počnejo tudi novinarji, ki imajo prav tako svoje vire informacij. Medtem ko urednik prebira najrazličnejše novice, ugotovi, kaj želi objaviti v svojem mediju, ter si postavi različna vprašanja, nato pa nekatera izmed njih predstavi novinarju, ki ga izbere, da bo zgodbo pokrival (Harrigan 2004). Pri tem obstajajo različni načini, kako novinarju ta vprašanja posredovati. Urednik lahko novinarju naroči zelo natančno, na katera vprašanja mora poiskati odgovore in kaj mora vprašati akterje v prispevku, ali pa posreduje zgolj okvirne smernice o tem, kaj naj prispevek sporoča. Novinar je nato postavljen pred odločitev, v kolikšni meri upoštevati urednikove napotke. Ob tem si zastavljam prvi raziskovalno vprašanje:

Raziskovalno vprašanje 1: V kolikšni meri in na kakšen način urednik posega v novinarjevo poročanje v oddaji 24ur?

Urednik ima pravico, da popravi zgodbo in tudi spremeni njen pomen, vendar s tem odpira bojno polje z novinarjem (Harrigan 2004). Ko urednik izpostavi problematičen del prispevka oziroma ga označi kot nepopolnega, šibkega, namreč novinarja užali zaradi česar se ta postavi v vlogo nasprotnika, zlasti če se z urednikom ne strinja in je prepričan,

da je delo dobro opravil. Večina novinarjev si namreč postavlja visoke kriterije pri pripravljanju prispevka in če jih kdaj ne doseže, se tega dobro zaveda (prav tam). Urednik pa lahko zgodbo spremeni tudi samo zato, da dokaže svojo moč ali zgodbe celo ne objavi, ker ni pripravljena na način, kot si ga je sam zamislil (Harrigan 2004). Mencher zato novinarjem priporoča, da morajo biti vztrajni in veliko spraševati, včasih pa biti tudi v pogovoru z urednikom nepopustljivi (2000). Kako se z urednikom pogaja o prispevku, je odvisno tudi od izkušenosti novinarja. Če je bolj izkušen in kot novinar v redakciji dela že več let, verjetno težje odstopi od svojega prepričanja. Poleg izkušenosti lahko na pozicijo in izražanje pozicije novinarja vplivajo tudi drugi dejavniki kot je denimo spol. V zvezi s tem se zastavlja vprašanje, ali ima urednik večjo avtoriteto kot urednica oziroma ali urednica kot ženska lažje doseže, kar želi. Isto vprašanje velja za novinarje, ali torej novinar lažje doseže svoj prav ali to lažje doseže novinarka. Raziskovalno vprašanje, ki si ga ob tem zastavljam, je:

Raziskovalno vprašanje 2: Kakšno je razmerje moči med urednikom in novinarjem, ko gre za izkušenega in ko za manj izkušenega novinarja ter ali ima pri tem odločilno vlogo tudi spol novinarja oziroma urednika?

Številni avtorji, ki so preučevali medije in način, kako je delo v medijih organizirano, so ugotovili, da so izbira določenega dogodka, novinarsko pokrivanje in objava odvisni od številnih pritiskov in napetosti (Gans 1979 v Gitlin 1980, Schlesinger 1987, Harrison 2006, McQuail 2006, Bird 2010). McQuail (2006) dodaja še, da obstajajo številne, zelo različne povezave znotraj, pa tudi izven medija. V magistrski nalogi bom poskušala ugotoviti, kakšne so te povezave pri ustvarjanju oddaje oziroma kdo vpliva na urednika pri sprejemanju odločitev. Iz navedenega izpeljujem raziskovalno vprašanje:

Raziskovalno vprašanje 3: Kako avtonomen je urednik pri svojih odločitvah in kako se odloča za teme?

1.2 METODOLOGIJA

Odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja pridobivam s pomočjo poglobljenih intervjujev in opazovanja z udeležbo, ki razkriva ozadje vsakodnevnega vedenja,

omogoča pridobivanje podatkov o procesu produkcije informacij ter pomaga razumeti izkušnje in perspektive ključnih akterjev (Lindlof in Taylor 2002, Berger 2000). Z intervjuji pridobivam interpretacije procesov in odnosov ter vpogled v informacije, ki z opazovanjem niso dosegljive. Odnosi med novinarji in uredniki so pomembni, saj so plod njunega sodelovanja novice, ki jih gledajo tisoči ljudi. Raziskovanje opravljam na primeru informativne oddaje 24ur, ki jo predvaja komercialni televizijski program POP TV.

Opazovanje z udeležbo in intervjuji so potekali na med 12. 12. 2013 in 22. 2. 2014. Intervjuje sem opravila s petimi zaposlenimi v redakciji oddaje 24ur, ki predstavljajo ključne soustvarjalce oddaje, in sicer:

- glavni in odgovorni urednik,
- dnevna urednica,
- dnevni urednik,
- novinar in
- zaposleni.

Nekateri izmed intervjuvancev so med pripravljanjem magistrske naloge zapustili redakcijo oddaje oziroma televizijsko hišo, vendar so kadrovske spremembe v medijih pogoste. Spremembe tudi ne vplivajo na rezultate magistrske naloge, saj redakcijo raziskujem z organizacijskega vidika ter ugotavljam kulturo vodenja in hierarhične odnose, ki se z zamenjavo zaposlenih bistveno ne spreminjajo.

Poglobljeni intervjuji so eden izmed najpomembnejših načinov zbiranja podatkov pri kvalitativnem raziskovanju. Številni avtorji to metodo opisujejo kot vrsto pogovora, s posebnim namenom (Iorio 2004, Lindlof in Taylor 2002, Legard 2003). Ta pogovor ponazori temeljni proces, skozi katerega je konstruirano znanje o sociološkem svetu preko normalne človeške interakcije. Intervju lahko traja več ur, pomembno pa je tudi opazovanje neverbalnega odzivanja intervjuvanca. Poglobljeni intervju je posebej pripravljen za intervjuvanca, nanj pa lahko vpliva tudi razmerje med izpraševalcem in temo (prav tam). Poglobljeni intervju kot oblika sproščenega pogovora o vnaprej določenih temah je dovolj odprt, da intervjuvancu omogoči izražanje mnenja, hkrati pa

raziskovalcu daje možnost pridobiti poglobljene informacije, razkriti vzroke za določene pojave ali dejanja ter identificirati določena čustva (van Dijk 1988).

Poglobljeni intervju opravljam z glavnim in odgovornim urednikom oddaje 24ur , ki odgovarja za vsebino celotnega informativnega programa na televiziji POP TV. Intervjuvanec razlaga, v kolikšni meri sam kot odgovorni urednik vpliva na vsebino, ki je objavljena v oddaji in tudi kdo vpliva nanj, da določene odločitve sprejme. Pri tem me zanima, katerim kriterijem sledi pri svoji uredniški politiki ter kakšna je vloga voditeljev. Ti so pomemben člen pri ustvarjanju oddaje pod taktirko dnevnega urednika, saj oddaji posodijo svoj glas in obraz, napovedi pa spremenijo v preproste in lažje razumljive gledalcem (Priloga A).

Poglobljene intervjuje opravljam tudi z ljudmi, katerih delo me v magistrski nalogi najbolj zanima, tj. dnevni uredniki oddaje 24ur. Intervjuvam eno glavno dnevno urednico in enega glavnega dnevnega urednika . Dolgoletna dnevna urednika oddaje 24ur ob 19h razlagata o lastnih izkušnjah, kako se odločata, kakšna je njuna moč in v kolikšni meri vplivata na novinarje oziroma na njihovo pisanje, pa tudi, kdo vpliva na njuno odločanje. V intervjuju me zanima, ali se pri svojem delu dnevno posvetujeta z odgovornim urednikom , v kolikšni meri njegove napotke upoštevata in kaj se zgodi, če jih ne. Urednika opisujeta tudi, kako in koliko se dnevni uredniki posvetujejo tudi med sabo. Z intervjujem raziskujem priprave dnevnih urednikov na oddajo ter njihov delovni dan. Intervjuvanca opisujeta, od kod črpata informacije in koliko jima pri tem še pomagajo viri, ki sta jih nabrala, ko sta delala kot novinarja. V zvezi z odnosi in hierarhijami ugotavljam, v kolikšni meri dnevna urednika novinarjem prepuščata odločitve pri pripravi prispevka in v kolikšni meri jih usmerjata z napotki, kaj in koga želita v prispevku videti. Nenazadnje v intervjujih sprašujem tudi, ali kdaj objavita prispevek, ki ga je nekdo naročil in plačal (Priloga B; Priloga C).

Pogovarjam se tudi z izkušenim novinarjem, ki v redakciji 24ur dela več kot pet let in ima tudi izkušnje z delom v drugih redakcijah . Novinar opiše svoje delo, izkušnje z uredniki ter izrazi svoje videnje v zvezi z odločanjem v procesu nastajanja oddaje. V intervjuju me zanima, kdo po njegovem mnenju prinaša zgodbe; novinarji ali uredniki. Govoriva o preferencah urednikov, o predvidljivosti teh preferenc in o morebitnih temah, ki jih

določeni uredniki nikoli ne objavljajo. Zanimajo me vzroki za tako izključevanje tem in možnosti novinarja za intervencije. Intervjuvanec opisuje, kako daleč gre, če se z urednikom o določeni temi ne strinja oziroma kaj lahko v takem primeru naredi. V intervjuju primerja tudi svoj odnos glede na to, kdo je urednik in ali sta pri tem pomembna staž in spol (Priloga Č).

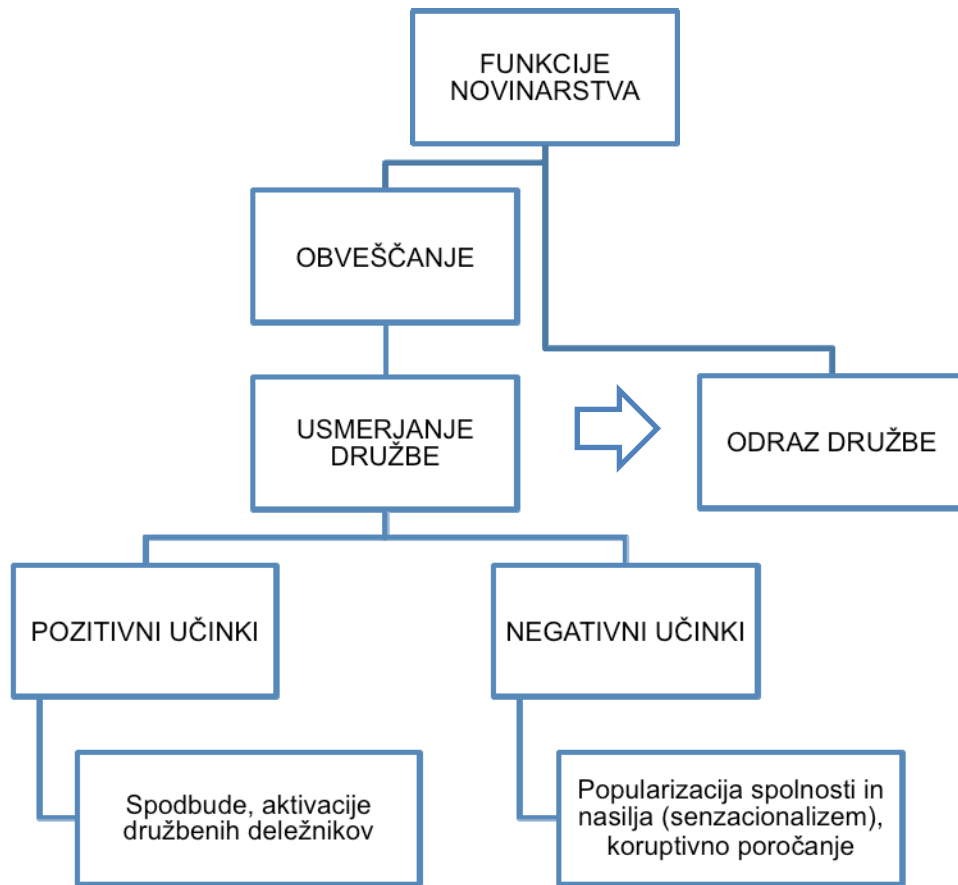
Intervjuje opravljam tudi z nekaj anonimnimi sogovorniki, ki povsem neobremenjeno povedo, kakšna je njegova izkušnja z delom v redakciji 24ur. Vse odgovore, vključujoč urednike, novinarja in anonimne intervjuvance med seboj primerjam z namenom pridobiti čim bolj objektivno sliko (Priloga D).

Za dopolnilne ugotovitve uporabljam tudi metodo opazovanja z udeležbo, ki predstavlja posebno metodo zbiranja izkustvenega gradiva z neposrednim čutnim zaznavanjem (Lindlof in Taylor 2002, Iorio 2004). V redakcijo 24ur sem sama vključena že osem let, aktivno opazovanje strukture, vlog in odnosov pri nastajanju oddaje pa opravljam v izbranem obdobju. Opazovanje z udeležbo poda dopolnilne informacije o dogajanju v redakciji in o odnosih med novinarji in uredniki pri ustvarjanju oddaje 24ur. Podatki, pridobljeni z metodo opazovanja, za razliko od intervjujev niso odvisni od sporočil intervjuvancev in neposredno vpletenih. Poglobljeni intervjuji so usmerjeni na posameznike in izgrajujejo vsebinsko osnovo, s pomočjo udeležbe z opazovanjem pa preverjam skladnost podatkov, pridobljenih z intervjuji. Večina informacij, pridobljenih s poglobljenimi intervjuji, je pri tem skladnih z informacijami, pridobljenimi z opazovanjem z udeležbo, določene pa je s pomočjo dopolnilne metode mogoče nadgraditi. Na poglobljeni intervju so se namreč intervjuvanci pripravili, odgovarjali zbrano in premišljeno, medtem ko so se opazovani procesi in dogajanja odvijali spontano in tako, kot tudi sicer potekajo.

2 NOVINARSTVO V ZAČETKU 21. STOLETJA

Jensen (v Hargreaves 2007, 12) o novinarstvu piše, da »lahko s svojo močjo spodbudi ljudi, da očistijo okolje, preprečijo nuklearno širjenje, prisilijo sleparske politike k odstopu, zmanjšajo revščino, zagotovijo kakovostno zdravstveno oskrbo in celo rešijo življenja mnogih ljudi, kot se je zgodilo v Etiopiji leta 1984«, a ga je ravno zaradi te izjemne moči mogoče močno zlorabiti. Jensen opozarja tudi, da ga pogosto uporabljamo v napačne namene, in sicer »za reklamiranje spolnosti, nasilja in senzacionalizma ter za polnjenje mošnje že tako prepolnih medijskih mogotcev« (Jensen v Hargreaves 2007, 12). Tudi dolgoletna ameriška novinarka CNN v svoji knjigi News Flash opozarja, da primarna funkcija novice ni in ne sme biti razvedrilo. Primarna funkcija novice je obveščanje z iskrenostjo, integriteto in objektivnostjo. Novinarstvo namreč ne le, da sporoča novice, temveč tudi odraža in zadeva celotno našo družbo (Anderson 2004).

Slika 2.1: Funkcije novinarstva

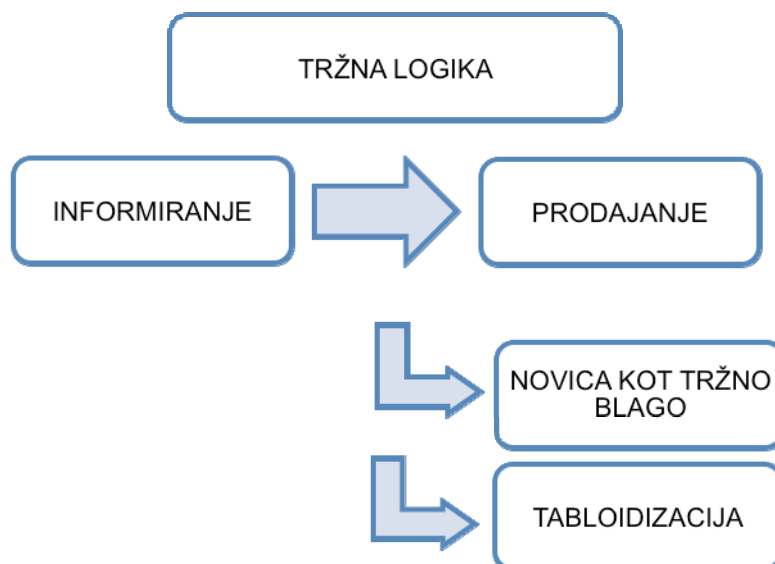


Tudi Hartley (v Hargreaves, 2007, 24) novinarstvo opredeljuje kot »sodoben način osmišljanja, dejanski temelj demokratične politike in glavni sistem za oskrbo s popularno kulturo«. Hartley in drugi podobno misleči tudi v tabloidizaciji novinarstva ne vidijo pojemanja njegovega stremljenja, temveč razširitev njegovega dosega, razkritje naslednje plasti v zgodbi o novinarstvu kot kisiku demokracije: »Novinarstvo ni le stvar samih novinarjev, temveč zadeva vsakogar: od informacij in mnenj, za katere skrbi dobro novinarstvo, so odvisne uspešne demokratične družbe. Če pokvarite te, pokvarite vse. Toda politično in javno življenje bosta na izgubi tudi, če dopustite, da novinarstvo okosteni ali da je ekonomsko spodkopano« (Hartley v Hargreaves 2007, 24).

McManus je že leta 1994 zapisal, da bralec časopisa postaja potrošnik in novica postaja blago, naklada oziroma distribucija pa je trg. Pri tem se avtor sprašuje, ali bo to novo novinarstvo, ki nastaja, ko vanj pronica tržna logika, javnosti dalo bolj jasno sliko o svetu, ki nas obdaja, ali bo novica, s tem, ko je postala tržno blago, izgubila svojo informativno vrednost (McManus 1994). To vprašanje ostaja aktualno še danes. Pri tem

McManus dodaja, da tržno naravnano novinarstvo občinstva ne nabira zato, da bi ga informiralo o dogajanju po svetu, temveč zato, da ga proda oglaševalcem (1994). To pa že pomeni, da novinarji oziroma uredniki dogodke izbirajo in predstavijo na način, ki njihovemu mediju oziroma tistim, ki mediju dajejo denar, najbolj ustreza. Vendar pa McManus tudi opozarja, da je lahko posredovanje izkrivljenih podob družbi zanj zelo nevarno. Dokler se novinarji zavedajo, da služijo javnosti in ne mediju, je njihov izbor tem, o katerih bodo poročali, zelo širok. Dokler imajo nad seboj urednike, ki se zavedajo, da služijo javnosti ne lastnikom, tudi novinarstvo služi svojemu namenu.

Slika 2.2: Preoblikovanje funkcije novinarstva pod vplivom tržne logike



»Svoboda sporočanja je stalno napredujoč projekt brez končne rešitve; je projekt, ki nenehno poraja nova razmerja, nove dileme in nova protislovja« (Keane v Hargreaves 2007, 28). Pri tem pa se ne sme spreminjati osnovno poslanstvo samega novinarstva, tj. poskrbeti za informacije in argumente, ki družbam omogočajo predelati njihove spore, identificirati dejstva, ob katerih vlada soglasje, in spoznati njihove prednostne naloge. Delo novinarja je pri tem dobro opravljeno le, kadar je izvršeno s stilom in ko pusti vtis: ko besede tečejo in je slikovno gradivo brezhibno razvrščeno. Novinarstvo z dolgimi koraki stopa v svet in zahteva odgovor, zato je Keane prepričan, da se bodo izvršilno osebje in politiki vselej hoteli vmešavati v delo novinarjev (Keane v Hargreaves 2007, 28).

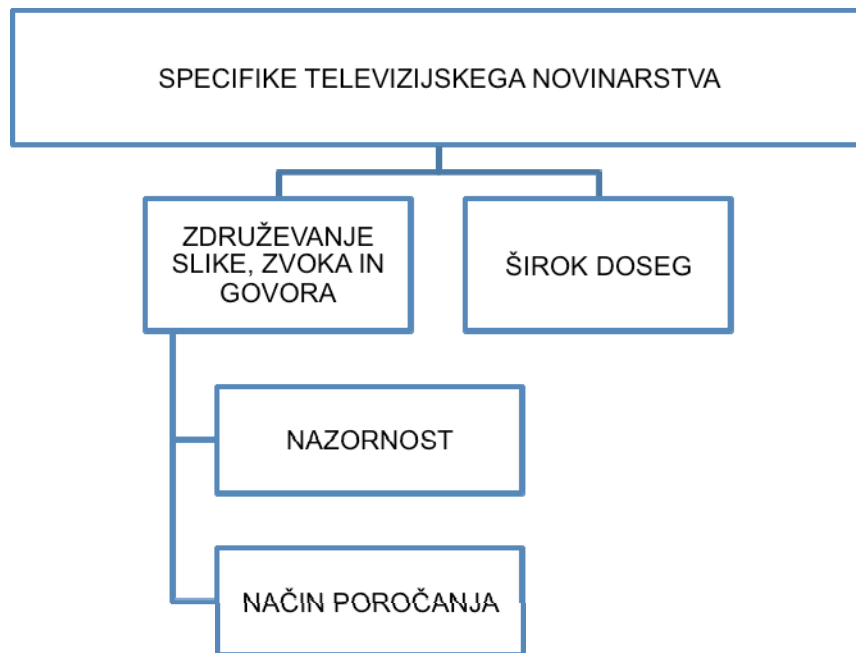
Vprašanje pa je, do kakšne mere bodo novinarji in uredniki to vmešavanje dovolili. Bistvenega pomena pri tem sta struktura in hierarhija odnosov med lastniki, generalnim direktorjem in odgovornim urednikom.

2.1 SPECIFIKE TELEVIZIJSKEGA NOVINARSTVA

Dobro televizijsko novinarstvo je ključna komponenta svobodnih medijev. Brez dobrega televizijskega novinarstva, brez da imajo ljudje dostop do informacij, bi se demokracija sesula, opozarja nekdanja poročevalka ameriškega CNN in dolgoletna ameriška novinarka Bonnie Anderson ter dodaja, da ima pošteno pokrivanje volilne kampanje neposreden vpliv na življenje ljudi in na delo politikov. Če je pokrivanje pravično razporejeno, so volivci oboroženi z informacijami o kandidatih in se tako lažje odločijo, koga bodo volili, mogoče tudi, ali sploh bodo volili (Anderson 2004, 74). Novinarstvo opredeljuje kot dobro, tudi če občinstva ne vodi do takih ključnih odločitev. Dobro je že, če denimo ljudi obvešča na iskren, nepristranski, pošten in uravnotežen način. Ljudi mora obvestiti, kaj se dogaja po svetu, v njihovi državi ali mestu, pa če bodo ti glede tega kaj storili ali pa ne. Pomembna funkcija svobodnih medijev v demokraciji je posredovanje informacij v življenja ljudi, omogočanje dostopa do vedenja o tem, kaj se dogaja po svetu. Vloga gledalca je izbirati, ali se bo potem, ko je videl neko novico, nanjo še kdaj spomnil oziroma ali bo glede videnega kakor koli ukrepal.

Televizija je pri podajanju informacij lahko zelo nazorna in lahko doseže velik krog ljudi. Gre za poseben, edinstven medij, ki združuje govor, sliko in zvok ter zato zahteva tudi specifičen način sporočanja in uporabe besed. Televizijski novinarji se trudijo temo podati skozi zgodbe, bodisi s primerom posameznika bodisi denimo s primerom posameznega podjetja, in to tako da se gledalec z zgodbo lahko poistoveti in jo razume (Laban 2007a, 21).

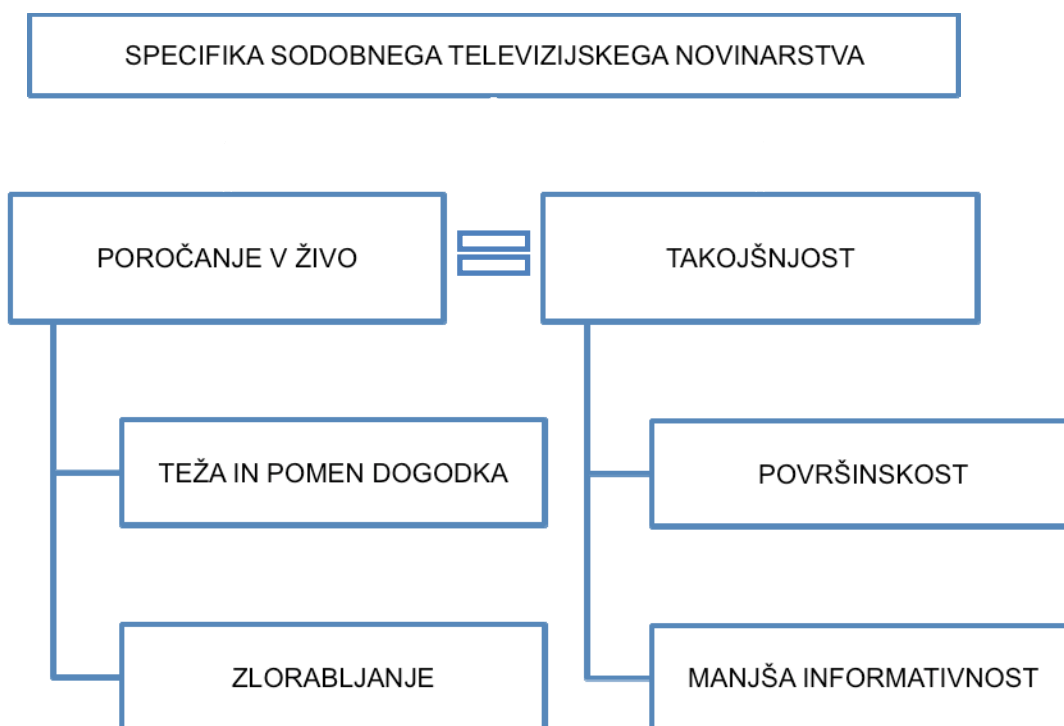
Slika 2.3: Specifike televizijskega novinarstva



Vir: Laban (2007a).

Pomemben vidik televizijskega poročanja je poročanje v živo, pri čemer se novinar vrne na kraj dogodka, kjer je prej zbiral informacije za prispevek, in nato v oddaji v živo pojasni dodatne podrobnosti primera. S tem daje dogodku dodatno težo in pomembnost, kar pa ni vedno upravičeno. Poročanje v živo občinstvu omogoča, da doživlja velike dogodke z vsega sveta; priča je vojnim žariščam, naravnim katastrofam in skupščinam pomembnih organizacij. Vendar pa so te tehnike velikokrat tudi zlorabljene kot efekt z namenom, da oddaje ne glede na novičarsko vrednost poudarijo novico. Gre za moderno različico uporabe dima in ogledal z namenom, da bi gledalci verjeli, da je zgodba veliko bolj pomembna in da se dogaja zdaj, čeprav ni tako. Današnje novice, zlasti televizijske, so tudi bolj površne in manj informativne od tistih iz preteklih let, saj smo globino novic zamenjali za »takojšnjost«. Tudi takojšnja obveščenost javnosti o dogodku, ki se je pravkar zgodil ali se celo med poročanjem še dogaja, ima svoje prednosti, saj je gledalec priča dogodkom, ki jih v živo ne bi mogel nikoli videti. Novinar in urednik pa morata biti pri tem sposobna združiti ažurno poročanje in preverjanje informacij ter torej novice podajati hitro, a vendarle poglobljeno (Anderson 2004, 101).

Slika 2.4: Poročanje v živo in takojšnjost



Vir: Anderson (2004).

2.2 TELEVIZIJSKO UREDNIŠTVO

Urednik igra ključno vlogo pri izbiri tem in ustvarjanju novic. Njegova naloga je (Harrigan 2004, Perovič 1998, Lippman 1965, Mencher 2000, Schlesinger 1978, Burns 2002, Cottle 2004):

- da v časopisu in na internetnem mediju oblikuje naslovnico,
- na radiu in televiziji pa določi zaporedje predvajanja pripravljenih vsebin.

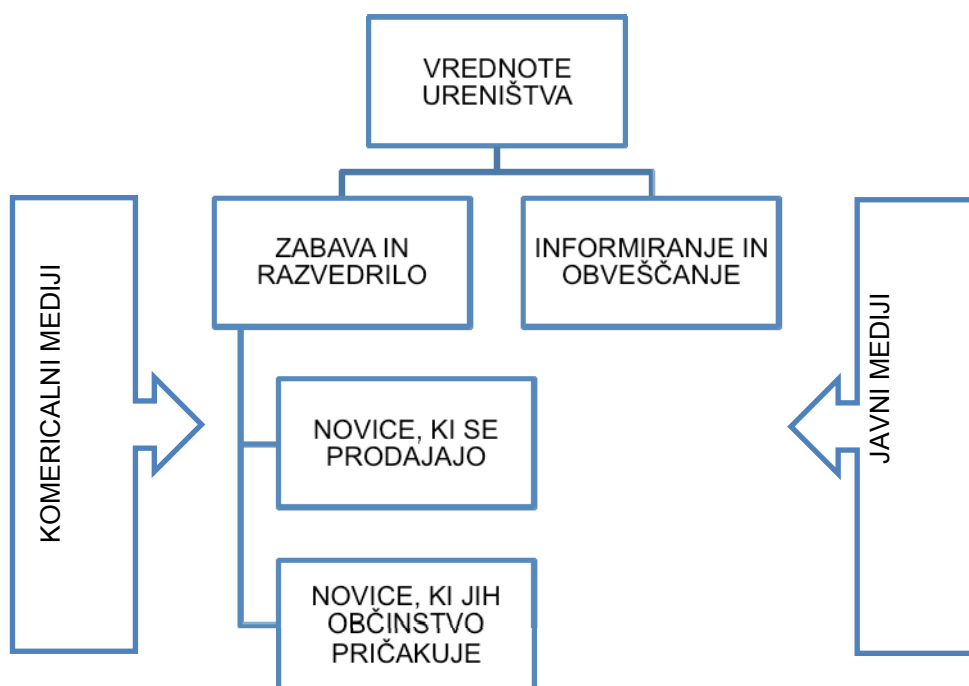
Uredniki so tudi tisti, ki odločijo, katere probleme bo medij izpostavil ter kdaj in kako jih bo predstavil. Urednik pravzaprav občinstvu posreduje svoje sporočilo, vendar prek novinarja in z novinarjevimi besedami. Pri tem mora poskrbeti:

- da bo njegovo sporočilo doseglo pravi učinek,
- tako da za pokrivanje določenih dogodkov izbere prave ljudi ter
- jih oskrbi z ustreznimi informacijami in napotki, da lahko svoje delo opravijo skladno z njegovimi zamislimi in pričakovanji.

Harrigan (2004) meni, da se najboljši uredniki vedno zavedajo, da so v službi družbe, zato ustvarjajo novice, ki se prodajajo in ki zadovoljujejo pričakovanja občinstva; vendar

pa njegova trditev velja predvsem za komercialne medije, ki se preživljajo s tem, da se prodajajo. Pri javnih medijih oziroma medijih, ki niso tržno naravnani, se morajo uredniki nasprotno, poleg tega, da so pozorni na to, kaj ljudje radi gledajo, osredotočati tudi na druge vsebine, ki jih morajo kot določena vrsta medija občinstvu ponujati. Cilji novinarstva so torej tako informiranje in osveščanje, kot tudi zabava in razvedrilo (Kovach in Rosenstiel 2001).

Slika 2.5: Vrednote uredništva



Vir: Kovach in Rosenstiel (2001) in Harringa (2004).

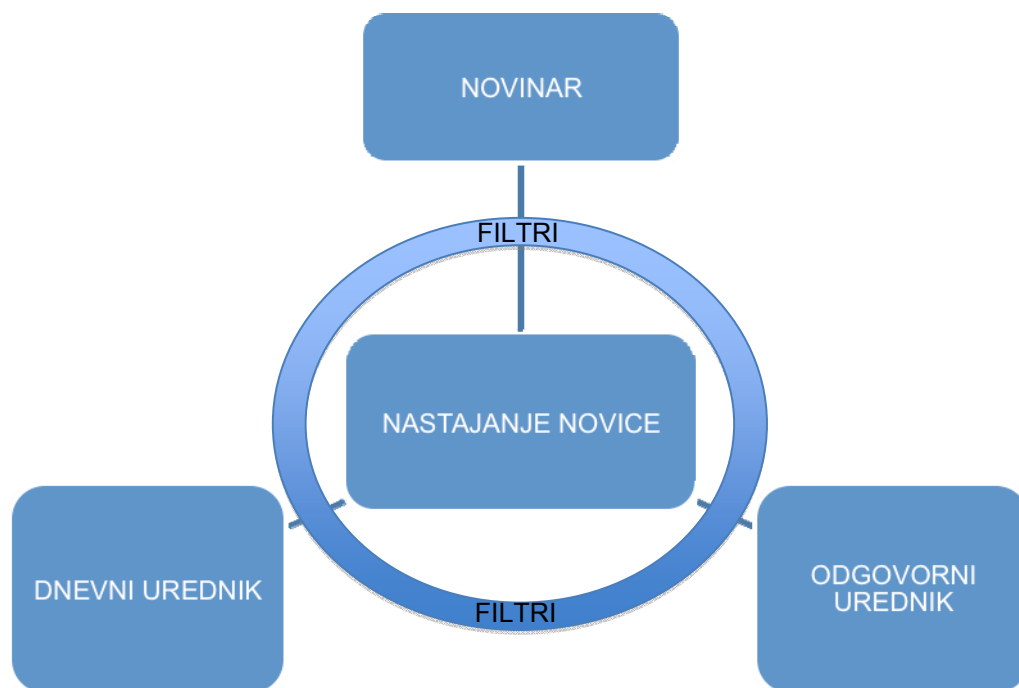
Novinarji so odgovorni občinstvu, kar izkazujejo tako, da govorijo resnico, podatke vedno preverjajo in so neodvisni od tem, ki jih pokrivajo (Harrigan 2004), a v praksi to ni zmeraj mogoče. Novinar je v temo, ki jo pokriva, in v prispevek, ki ga pripravlja vpleten že:

- z izbiro sogovornikov in njihovih izjav ter
- z izbiro kadrov in krajev.

Po zahodnem modelu novinarstva naj bi se vsak novinar kljub temu trudil, da svoje delo opravi profesionalno in čim manj subjektivno, torej v prispevek ne vključuje svojega mnenja (Harrigan 2004).

Delo novinarjev pri tem nadzorujejo uredniki, tako da novinarjem predlagajo, na kak način naj poročajo o dogodku, jim dodelijo dolžino prispevka in rok oddaje. Uredniki so nenehno in na vseh področjih v nenehnem stiku z novinarji. Pomagajo jim pridobiti vire informacij in se na koncu odločijo, ali bodo prispevek objavili ali ne (Harrigan 2004). Gieber (1999) celo piše, da novice ne nastanejo same po sebi, ampak ko se skupina ljudi, tj. novinar, dnevni ter odgovorni urednik, odločijo, da bodo nastale (Gieber 1999, Gans v Tumber 1999, 235). Ni namreč samoumevno, da vsaka informacija, vsak dogodek, postane tudi novica. Vsaka informacija skozi ogromen filter raznih pogojev in šele če jih izpolni, postane novica (Herman in Chomsky v Tumber 1999, 177).

Slika 2.6: Glavni udeleženci pri nastajanju novice



Vir: Gieber (1999), Gans v Tumber (1999).

Informacije »šibkih« ljudi in »ljudi z roba družbe«, »neorganiziranih skupin« imajo že sprva veliko manjše možnosti, da pridejo skozi filter, saj večinoma ne ustrezajo ideologiji in interesom t. i. vratarjev oziroma odbiralcev ali drugih posameznikov, ki vplivajo na filtriranje novic (prav tam). Uredniki, tudi s pomočjo novinarjev, prepoznajo, katere informacije in katere zgodbe so pomembne, zanimive in nenazadnje tudi potrebne za medij, v katerem delajo, zato so odbiralci. Manning White (v Harper 1974) urednike poimenuje »vratarji medija«, saj odpirajo in zapirajo vrata informacijam, ki pridejo ali ne

pridejo v medij. Uredniki so namreč tisti, ki odločajo in ki sestavijo oddajo oziroma časopis z vsebinami in zgodbami, ki jim ustrezajo, ter so na koncu oddaje ali na naslovnici časopisa tudi podpisani.

Svobodo govora nadzoruje birokracija nastajanja novic. Novinar je vključen v birokratski proces in odvisen od uredništva, a je s svojim vložkom v prispevek še vedno subjektiven. Urednikovo spremljanje novinarjevega dela lahko vsakodnevno rutino novinarja spremeni v izziv, da pripravi zgodbo, s katero bo urednik najbolj zadovoljen (Gieber 1999), kar pomeni tudi velik pritisk na novinarja. Hardt (1995) novinarjevo prilagajanje med visokimi pričakovanji in potrebo po preživetju celo označi kot morebitno vprašanje eksistence, rezultat česar pa odraža pritiske medijske industrije in novinarjevo sposobnost prilagajanja in sprejemanja kompromisov. Medijsko ustvarjanje novic je namreč osredotočeno na konstrukcijo realnosti, ki ohranja institucionalno moč medija. Pri tem novinarji in ostali zaposleni pogosto pod krinko svobode tiska izpolnjujejo pričakovanja nadrejenih (prav tam).

3 NASTAJANJE ODDAJE 24UR

Oddaja 24ur se je na komercialni televiziji POP TV prvič predvajala 15. decembra 1995 in je že s svojo podobo naznanila, da v slovenski novičarski prostor prinaša novosti. Uvedla je voditeljske pare, dinamičen pristop, drugačno grafično podobo ter poseben studio, ki je bil postavljen na sredino novinarske redakcije, tako da so novinarji v ozadju pripravljali prispevke za oddajo, ki je že bila v etru. Po besedah Peroviča in Šipkove (1998) pa so uvedli tudi nov način predstavljanja novic, saj naj bi bilo vsako televizijsko poročilo mini celovečeren film.

Za novinarske prispevke na komercialni televiziji so značilni dramatičen način upovedovanja prispevka, kratke izjave, menjavanje daljnih in bližnjih kadrov, ki so namenoma v določenem zaporedju. Velikokrat so prispevki oziroma zgodbe personificirane, kar pomeni, da jih novinarji podajajo javnosti tako, da so upovedane na podlagi izkušnje enega ali več sogovornikov. Poleg tega je pomemben tudi zvok oziroma mednarodni ton, to je izvirni, naravni zvok dogodka, ki ga snemalec posname na kraju dogodka hkrati s sliko (Laban 2007b). Pomembno je tudi zaporedje prispevkov. Televizijski prispevek, ki se uvrsti na začetek oddaje, mora gledalce prepričati, da ne preklopijo na konkurenčno televizijo. Urednik oddaje to doseže z močno vsebino prispevka ali pa z dobrimi posnetki in spretno pripravljenim zaporedjem kadrov, kar je povsem odvisno od dneva in njegovih preferenc, pa tudi od navodil, ki jih dobi od nadrejenih.

Nastajanje oddaje 24ur je tako močno pogojeno s splošnimi značilnostmi in zahtevami komercialnih televizijskih oddaj, hkrati pa si novinarji in uredniki prizadevajo zadostiti temeljnim novinarskim načelom. Kakšne so pri tem vloge, odgovornosti, naloge in strategije odgovornega urednika, dnevnih urednikov, novinarjev ter preostalih zaposlenih v redakciji, raziskujem v naslednjih poglavjih. Sprva navajam splošne značilnosti oddaje 24ur, nadalje pa se osredotočam na organizacijsko strukturo in hierarhijo v redakciji. V tem okviru raziskujem vloge urednikov in novinarjev, njihovo avtonomnost ter njihove medsebojne odnose in razmerja moči v procesu nastajanja oddaje.

3.1 ZNAČILNOSTI ODDAJE 24UR

Glavni in odgovorni urednik oddaje 24ur kot prvo načelo svojega dela našteva novičarske kriterije; kot bistveno razlikovalno značilnost oddaje 24ur, najbolj gledane osrednje informativne oddaje, pa navaja vsakodnevno segmentno spremljanje vedenja občinstva. S spremljanjem gledalstva ekipa pridobiva natančne podatke, kaj ljudi zanima, kaj jih zanima malo manj in pri katerih temah preklopijo na drug program. Intervjuvanec izpostavlja tudi pogoj, da mora celotna oddaja delovati kot en prispevek, imeti dramaturški lok, ki so ga gledalci vajeni, ter da morajo biti prispevki med seboj v sosledju in ustvarjati zaokroženo celoto. Pri tem se morajo v prvi vrsti med seboj navezovati napovedi, smisel pa mora imeti tudi samo zaporedje prispevkov. Dramaturgija informativne oddaje mora biti po mnenju intervjuvanca tudi gledalcem bolj ali manj jasna in predvidljiva. Ljudje morajo vedeti, da se oddaja večinoma začne s prispevki, ki imajo svojo težo in so vezani na dogajanje v Sloveniji. S prvega sklopa prispevkov oddaja nato počasi prehaja na dogodke, ki so pomembni v svetu in se nato znova vrne na domače dogodke, ki pa niso tako pomembni in so pogosto posredovani v obliki reportaž, ne v obliki novic (Priloga A).

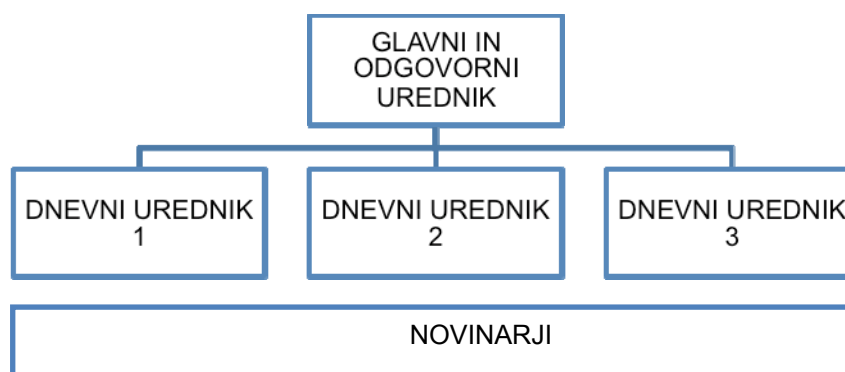
Kot pomembne elemente oddaje 24ur odgovorni urednik izpostavlja tudi voditelje, ki oddaji dajejo ton in ki jih morajo ljudje sprejemati ter jih biti vajeni. Intervjuvanec voditeljski par celo navede kot bistveno razlikovalno lastnost med oddajo 24ur na POP TV in oddajo Dnevnik na RTV SLO. Občinstvo se mora ob gledanju voditeljev počutiti domače in mora razumeti, kaj jim ti pripovedujejo. Podobno velja tudi za novinarje. Pomemben del oddaje so tudi razni grafični pripomočki, s pomočjo katerih lahko novinarji ljudem tudi bolj zapletene zgodbe povedo na razumljiv način. Pri tem intervjuvanec izpostavi virtualni zid, sestavljen iz šestih plazem in zaslona na dotik. S pomočjo ene ali druge platforme novinar občinstvu in voditeljema razlaga podrobnosti določene teme. Na zidu se večinoma izpisujejo številke, statistični podatki in razni citati, na zaslonu na dotik pa kot dodana vrednost razni posnetki, fotografije, vremenske animacije ipd. (Priloga A).

Še ena pomembna značilnost oddaje 24ur, ki jo dopolnjujem na podlagi opazovanja z udeležbo (Priloga E), so javljanja s terena v živo. Če se novinar javlja iz lokacije, kjer se je tekom dneva zgodilo nekaj, o čemer je že naredil prispevek, daje gledalcu vedeti, da govori o resni in pomembni temi. Če urednik njegovi temi nameni toliko enot v oddaji, lahko gledalec sklepa, da bo vsebina odločilno vplivala na njegovo življenje. Če so novičarski pogoji izpolnjeni, to tudi drži, vendar se novinarji s terena pogosto javijo z namenom potencirati dinamiko oddaje. Tema, o kateri novinar na javljanju v oddajo govori, v teh primerih ni tako pomembna, da bi bil vklop upravičen. Gre za določeno stopnjo manipulacije ustvarjalcev oddaje z občinstvom. Podoben namen in učinek imajo vklopi, ki jih novinarji opravljajo izpred parkirišča pred medijsko hišo, namesto iz kraja dogajanja. Vklupe izpred medijske hiše realizirajo, ko se zaradi pomanjkanja časa ali iz drugih razlogov ne morejo vrniti na kraj dogajanja, vendar bi bilo to potrebno in primerno. Z javljanjem izpred medijske hiše ustvarijo iluzijo vklopa s terena (Priloga E).

3.2 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA IN HIERARHIJA V REDAKCIJI

Prvi intervjuvanec, ki je glavni in odgovorni urednik informativnega in športnega programa 24ur na POP TV, je v uredništvo izbral tudi tri dnevne urednike. Izmed dnevnih urednikov se pogovarjam z dvema intervjuvancema. Dnevni uredniki si mesec razdelijo po turnusih, pri čemer vsak prevzame približno deset dni, od tega nekaj zaporednih. O vsebini, dilemah, nasvetih, predlogih se pogovarjajo le odgovornim urednikom, saj samo njemu odgovarjajo, na njih se pa z istimi razlogi obračajo novinarji celotne redakcije, tj. informativne, športne in razvedrilne (Priloge 1-6).

Slika 3.1: Strukturna hierarhija redakcije 24ur



Delovni dan urednikov in novinarjev se prične z jutranjim sestankom. Na jutranjem sestanku najprej govorijo o delu preteklega dne in izpostavijo, kaj je bilo v oddaji narejeno dobro ter kaj bi lahko bilo bolje. Določijo tudi teme, ki jih bodo obravnavali še naprej, in teme, s katerimi so zaključili. Novinarji nato predlagajo, katere dnevne teme bi pokrivali, svoje predloge in odločitve o temah pa sporočijo tudi uredniki. Novinarji si izbrane teme in področja razdelijo ter se lotijo dela. Znova se uredniki in novinarji zberejo na sestanku ob 14h, ko se jim pridružita tudi dnevna voditelja. Ekipa obnovi nabor tem in novinarji sporočijo, kaj kdo dela, katere informacije so že zbrali in kaj jim še manjka. Na drugem sestanku z uredniki dorečejo, na kakšen način bodo temo zvečer v oddaji predstavili, tj. ali bo šlo zgolj za prispevek ali mu bo sledilo tudi javljanje s terena ter ali bo novinarjevo temo on sam ali kdo drug nadgradil z razlago na zidu ali zaslonu na dotik. Ekipa na sestanku razglablja tudi o tem, katere izjave bodo vključene v posamezne prispevke. Novinar, ki na terenu posnel izjave in poslušal material, izpostavi, kaj se mu zdi pomembno in kaj bi objavil. Po potrebi se novinar in urednik o tem dogovorita kasneje med pripravljanjem prispevka. Po zaključenem drugem sestanku novinar sestavi prispevek in ga opremi s slikovnim materialom. Med sestavljanjem prispevka se posvetuje z grafičnim oblikovalcem, ki pripravi grafike, če so te za prispevek potrebne. Ko novinar s pripravljanjem prispevka zaključi, ga pregleda dnevni urednik ter novinarju svetuje, kaj popraviti. Prispevek nato novinar dokončno uredi za objavo (Priloga E).

Pri tem je treba opozoriti, da je novinar neredko v časovni stiski in prispevek pripravlja tik pred zdajci, ko časa za popravke že primanjkuje. Urednik lahko v teh primerih prispevek zgolj preleti oziroma se mora velikokrat odločiti, ali bo tvegala in objavila nepregledan prispevek ali pa ostal brez prispevka. Pri tem je pomembno spomniti, da je oddaja sestavljena kot celota in da se medsebojno navezujejo tako prispevki sami kot tudi njihove napovedi, zato se lahko celotni lok oddaje podre, če prispevek ni pripravljen ob pravem času. Prispevki se kljub temu pogosto finalizirajo, ko je oddaja že v etru (Priloga E).

3.2.1 Vloge urednikov v redakciji

Urednik, ki želi dobro opravljati svoje delo, potrebuje dovolj denarja za najemanje piscev, poročevalcev, urednikov, risarskih umetnikov in fotografov. Potrebuje tudi svobodo za sprejemanje uredniških odločitev in čim stabilnejšo upravo, ki mu mora nuditi največjo možno podporo (Hargreaves 2007, 108). Odgovorni urednik oddaje 24ur ocenjuje, da je v svojih odločitvah suveren in so samo njegove. Z dnevnimi uredniki ima tedenske sestanke, na katerih se pogovorijo o minulem tednu, kaj so naredili dobro in česa ne. Če pride do napak, se dogovorijo, kako jih bodo popravili. Tedenski sestanki so namenjeni tudi dogovarjanju, kako in katere teme bodo pokrivali v prihodnje. Pri tem si izmenjajo informacije o tem, kar vedo oziroma kar so zvedeli, saj se vsi pogovarjajo z zelo različnimi ljudmi (Priloga A).

3.2.1.1 Glavni in odgovorni urednik

Novinarji se morajo za pokrivanje dnevnih tem načeloma dogovarjati z dnevnimi uredniki. Izjemoma, ko novinar sledi večji zgodbi, se o njej včasih najprej dogovori z odgovornim urednikom, ki nato na tedenskem sestanku z dogovorom seznani še dnevne urednike. Odgovorni urednik poudarja, da velik pomen pripisuje tudi predlogom, ki jih zaradi pomanjkanja argumentov, dokazov ipd. ni mogoče realizirati. V takih primerih se sicer tudi sam angažira in pomaga pri iskanju dokazov z lastnimi viri, vendar včasih kljub skupnemu trudu ne uspe in zato zgodba ni objavljena. Pomembno se mu zdi, da takšni primeri novinarjev ne odvrnejo od podajanja novih predlogov (Priloga A).

Pri svoji uredniški politiki odgovorni urednik sledi novičarskim kriterijem. Če gre za zgodbo z znanimi ljudmi, ima ta zgodba več možnosti za objavo kot zgodba z neznanimi ljudmi. Če se kaj dogaja v bližini, bo prispevek na to temo prej objavljen kot če se isto dogaja v oddaljenih krajih. Če gre za dlje trajajoč dogodek, ga oddaja spremlja in pokriva dnevno kot zgodbo, čeprav se kakšen dan ne zgodi nič novega. Tak primer je bil pogreb Nelsona Mandele. Odgovorni urednik poleg tega poudarja, da slaba zgodba še vedno velja za dobro in da na televizijo pravzaprav hitreje pridejo bolj enostavne in manj zapletene zgodbe, ker jih je lažje razložiti. Kot pomembnega izpostavlja tudi element dramatičnosti in da lahko dobri in dramatični posnetki odtehtajo vsebinsko šibkost novice ter da pride takšen prispevek zelo verjetno do objave (Priloga A).

Na pripombo, da našteva novičarske kriterije, ki jih načeloma upoštevajo vsi kakovostni mediji, odgovorni urednik odgovarja, da z dnevnimi uredniki tudi vsak dan spremljajo odziv gledalcev na oddajo. Včasih predvidevajo, da bo neka zgodba naletela na velik pozitiven odziv pri gledalcih, vendar ugotovijo, da so ti med prispevkom prekopili z oddaje. V takih primerih poiščejo vzroke in običajno najdejo dve razlagi. Bodisi gre za temo, ki večine naših gledalcev ne zanima oziroma se jim ne zdi pomembna, saj ne vpliva na njihovo življenje, bodisi je bila zgodba slabo posredovana. Na podlagi teh ugotovitev se v uredništvu odločijo, ali bodo o zgodbi poročali še naprej ali ne. Če je prispevek dobro pripravljen, vendar ljudi tema ne zanima in jih tudi ni mogoče prepričati, da bi zanje lahko bila pomembna, teme več ne obravnavajo. Če pa je problematičen način posredovanja, pa uredniki z novinarji poiščejo nove načine, kako o isti zgodbi poročati bolje. To lahko pomeni, da poročanje prevzame drug novinar, da se je lotita dva novinarja skupaj, ali pa da se tema nadgradi, tako da denimo v oddaji nastopi določen akter iz novinarske zgodbe (Priloga A).

Bistvena elementa in zaščitni znak oddaje sta tudi voditelja. Ta ljudi vsak večer nagovorita v njihovih domovih, zato do njiju vzpostavijo poseben odnos. Njune napovedi morajo biti zato pripravljene tako, da jih ljudje brez težav razumejo. Odgovorni urednik pri tem odgovarja tudi na vprašanje, ali in koliko sami voditelji odločajo o tem, kaj bo oddaja pokrivala. Pri tem pove, da tudi voditelji lahko izrazijo svoje mnenje, vendar to ni odločujoče ter da dnevni urednik oddaje odloča, kaj vključiti v oddajo in česa ne. Dnevni urednik je odgovoren za to, kaj je objavljeno, in za način, na katerega je objavljeno, voditelji pa so sokreatorji oddaje, ki so odgovorni za to, da bo tema predstavljena razumljivo (Priloga A).

Odgovorni urednik v intervjuju izrazi popolno zaupanje dnevnim urednikom zaradi katerega jim daje proste roke pri izbiri tem. Pred prvim skupnim sestankom z novinarji se z dnevnim urednikom pogovori o idejah, nato pa se znova sestaneta malo pred drugim sestankom, ko dnevni uredniki načeloma že vedo, kaj so novinarji prinesli s terena. Na tretjem in zadnjem dnevnem sestanku okoli 17.30 uredniki in novinarji skupaj pregledajo, ali so v oddajo vključene vse teme, ki so tistega dne pomembne. Na podlagi tega se odločijo, ali je treba dodati še kakšno temo, o kateri prej ni bilo govora, in ali bi bilo bolje katere teme ne obravnavati in katerega od prispevkov ne objaviti. Če je prispevek slabo

pripravljen, se odločajo, ali se ga še da popraviti ali ga je bolje izkjučiti iz oddaje (Priloga A).

O poslušnosti dnevnih urednikov odgovorni urednik komentira, da so vsi dogovori stvar dialoga in prepričevanja ter da se ne spomni primera, ko bi se dogovori kdaj sprevrgli v take prepire, da bi moral uveljavljati avtoriteto. Razlog za složnost vidi zlasti v podobnem razmišljanju. Podobna stališča so najbrž tudi eden od kriterijev, po katerem je odgovorni urednik izbral dnevne urednike, čeprav tega sam ne izpostavlja (Priloga E). Za dnevne urednike pove, da morajo imeti za seboj veliko izkušenj v poklicu, ki ga opravljajo ter poznati kolektiv. Imeti morajo tudi veliko znanja ter o temah vedeti več kot povprečen novinar. Če česa ne vedo, morajo to znati izvedeti. Poleg tega morajo biti tudi dobri vodje, torej imeti relativno veliko sposobnost komuniciranja in delovanja v timu. Ključnega pomena je, da znajo vzpostaviti in ohraniti avtoriteto. Kot najbolj pomembno lastnost urednika intervjuvanec izpostavi zares veliko vedenja, poleg tega pa še sposobnost hitrega odločanja ter upravljanja z ljudmi. Urednik mora biti sposoben tudi avtorefleksije ter priznati, ko kakšna odločitev, ki jo je moral sprejeti v naglici, ni bila pravilna (Priloga A).

Odgovorni urednik trdi, da se v njegovo urednikovanje vsebinsko ne vmešava nihče, vendar pa sam prevzema popolno odgovornost za gledanost oddaje. »Moj direktor ni odgovoren za to, kaj je objavljeno v novicah, moj direktor je odgovoren, da imajo novice dobro gledanost, to pa je moja odgovornost. Če ne bo rezultatov, me bodo zamenjali« (Priloga A).

Preglednica 3.1: Delo glavnega in odgovornega urednika

DELOVNI PROCES	Tedenski sestanek z dnevnimi uredniki in producenti Sestanek z dnevnim urednikom pred prvim dnevnim sestankom med dnevnim urednikom in novinarji Sestanek z dnevnim urednikom pred drugim dnevnim sestankom med dnevnim urednikom in novinarji Spremljanje oddaje in analiza gledanosti
PRISTOJNOSTI	Določanje dnevnih urednikov Določanje uredniške politike Usmerjanje dnevnih urednikov Usmerjanje novinarjev Iskanje dokazov z lastnimi viri

RAZMERJA MOČI	Usmerjanje dnevnih urednikov Izjemoma (pri večjih zgodbah) usmerekjanje novinarjev direktno Usmerjanje voditeljev
DEJAVNIKI ODLOČANJA	
VIR: INTERVJUJIVANEC	VIR: OSTALI
Novičarski kriteriji (znano, blizu) Kontinuiranost zgodbe Enostavnost zgodbe Dramatičnost Gledanost Predlogi novinarjev	Gledanost Navodila tržnega oddelka

3.2.1.2Dnevni uredniki

Intervjuvana dnevna urednica in dnevni urednik sta dolgoletna sodelavca oddaje 24ur. Dnevna urednica oddajo soustvarja od začetka, in sicer od leta 1995 kot novinarka ter od 2003 kot urednica. Dnevni urednik se je ekipi oddaje pridružil leta 2000, jo vmes za dve leti zapustil in se leta 2008 vrnil kot urednik. Oba se o vsebini oddaje, ki jo tisti dan urejata, posvetujeta z odgovornim urednikom, a posvet vidita kot pogovor, izmenjavo mnenj in ne kot poročanje nadrejenemu. Tudi vsak novinar lahko predlaga, kaj bi bilo po njegovem mnenju dobro vključiti v oddajo. Svoj predlog utemelji z dobrimi posnetki ali z dobro zgodbo oziroma z morebitnimi dodatnimi viri, ki bi jih lahko vključil v prispevke (Priloga B). Oba dnevna urednika poudarjata, da se pri svojem delu postavljata v vlogo gledalca in delata oddajo, kakršno bi si sama želela gledati doma. Na vprašanje, ali obstaja kak hišni dogovor, kaj se v oddaji objavlja in česa ne, dnevni urednik odgovarja, da imajo uredniške sestanke, kjer se dogovarjajo, kaj bodo delali, skupno uredniško politiko pa usmerja odgovorni urednik (Priloga B; Priloga C).

Na oddajo se oba dnevna urednika običajno pripravita že dan prej, če poročajo o kakšnih večjih in pomembnih dogodkih, pa tudi več dni ali teden prej. Priprave so odvisne tudi od tega, ali je naslednji dan delovni dan ali konec tedna, saj je ob koncih tedna v redakciji manj ljudi (Priloga C). Dnevna urednica stremi k temu, da v oddajo vključi vsaj eno zgodbo, ki je objavljena samo v oddaji 24ur in na nobeni drugi televiziji (Priloga B). Oba dnevna urednika se tudi trudita, da v oddaji zaobjameta čim širše dogajanje. »Mi smo

osrednja informativna oddaja. Ta primat smo pred leti /.../ odvzeli Dnevniku in si ne moremo privoščiti, da naredimo oddajo, ki ni odraz tega, kar se je dogajalo tisti dan,« je jasna dnevna urednica (Priloga B). Pri tem dodaja, da tako novinarji kot uredniki včasih pozabljajo, da gledalci niso vedno tako željni novic kot novinarji sami, ki novice zbirajo ves dan. Občinstvo večinoma zvečer sede pred televizijske zaslone in hoče le izvedeti, kaj se je tisti dan za njih pomembnega zgodilo.

Pri odločanju o vključevanju tem v oddajo se oba dnevna urednika še vedno zanašata tudi na lastne vire, ki sta jih nabrala v letih, kot sta delala kot novinarja, oba pa teme najraje črpata iz okolice. Dnevna urednica ugotavlja, da »v Ljubljani živimo malo virtualno življenje« in da je zato koristno govoriti z ljudmi, ki so od drugod in živijo drugače. Dodaja tudi, da se moraš kot novinar ali urednik znati pogovarjati z ljudmi, ker le tako izveš, kaj potrebujejo in kaj se v resnici dogaja. Kot novinar in urednik iz okolja nenehno sprejemaš informacije; »ko greš po otroka v šolo, ko se v prostem času družiš s prijatelji, ko se na izletu pogovarjaš z ljudmi« (Priloga B). Dnevni urednik pri tem opozarja, da postajajo vse pomembnejša tudi družbena omrežja. Ko se na twitterju ali facebooku nekaj zgodi oziroma se napove, da se bo nekaj zgodilo, mora biti urednik na to pozoren (Priloga C).

Oba dnevna urednika se o temah pogovorita na jutranjem sestanku, kjer sprejemata tudi predloge in nato razdelita naloge. Harrigan navaja, da urednik med prebiranjem najrazličnejših novic ugotovi, kaj želi objaviti v svojem mediju, ter si ob tem zastavlja tista vprašanja, ki jih nato predstavi novinarju, da ta izbere, ali bo zgodbo pokrival (Harrigan 2004). Dnevna urednica temu pritruje in poleg tega še opozarja, da mora urednik oceniti novinarja in ga dobro poznati, da lahko pravilno določi, katero temo bo posamezen novinar pokrival. Če urednik novinarju dodeli temo, ki temu ne leži in o kateri ta ne ve dovolj, bo novinar nezadovoljen, prispevek pa slab. Včasih se lahko zaradi tega zgodi, da urednik kako temo celo izpusti, ker določenega novinarja ni v službi. To isto temo lahko ustrezen novinar predstavi takrat, ko je prisoten v redakciji (Priloga B). Temu pritruje tudi dnevni urednik in dodaja, da je vsebina oddaje v veliki meri odvisna od tega, s kom delaš in katere novinarje imaš na razpolago (Priloga C). Dnevna urednica sklene, da obstajajo novinarji, ki delajo le vrh oddaje in prve zgodbe, obstajajo pa tudi

novinarji, ki jim lahko urednik dodeli katero koli temo in jo bodo zelo dobro pripravili. Taki novinarji so veliko vredni, čeprav tega mogoče ne čutijo tako (Priloga B).

Med dnevom, do skupnega sestanka ob 14. uri, sta dnevna urednika z novinarji v stiku preko telefona. Novinarji načeloma delajo sami, je pa dnevni urednik ves čas na voljo, da si izmenjujejo klice in kratka sporočila ter včasih tudi skupaj iščejo sogovornike za prispevke. Dnevna urednica nekaterim novinarjem zelo zaupa in jih pusti delati samostojno, ker ve, da se bodo sami obrnili nanjo, če jo bodo potrebovali. Drugi novinarji delujejo zelo samozavestno, ampak se z njimi raje več pogovarja ter usmerja njihovo delo. Obstajajo pa tudi taki, ki potrebujejo veliko podpore in zato tudi veliko več pogovorov. Dnevni urednik dodaja, da si skušajo med seboj vedno pomagati. Tudi nekomu, ki je že dvajset let v novinarstvu, lahko urednik še vedno da kak dober nasvet, saj novinar na terenu nima vedno dostopa do vseh informacij. Uredniki nikoli nikogar, sploh v primeru večjih zgodb, ne pustijo samega. Tudi novinarji pa uredništvo obveščajo s terena, da lahko uredniki v redakciji razmišljajo, kaj bi se še dalo posneti in koga še kaj vprašati, če se zgodba razvija (Priloga C). Razlika med delom intervjuvanih dnevnih urednikov pa je v tem, da dnevni urednik novinarju velikokrat že v zgodbo napiše iztočnice ali vprašanja, na katera želi v prispevku slišati odgovore. S tem novinarju jasno nakaže, v katero smer mora prispevek zapeljati in kateri vidik teme izpostaviti. Dnevna urednica se te metode ne poslužuje in prepušča več odločitev novinarju (Priloga E).

Tako kot odgovorni urednik tudi dnevna urednika pripisujeta pomembno vlogo pri ustvarjanju oddaje voditeljem. Dnevni urednik se z voditeljema pogovori, katera tema bi bila za gledalca najbolj zanimiva, da bi z njo začeli oddajo (Priloga C). Da je veliko ekipnega dela, se strinja tudi dnevna urednica. Ko prideta voditelja, ima rdečo nit oddaje običajno že pripravljeno, a še sprejema tudi njune ideje. Iz izkušenj pove, da so nekateri voditelji nagnjeni k temu, da začnejo oddajo kmalu urejati po svoje in če je njihovo urejanje konstruktivno, jim to dopušča, vendar po določeni uri več ne popušča in takrat odloča sama (Priloga B).

Oba dnevna urednika načeloma pregledata novinarjev prispevek, preden gre v montažo, vendar priznavata, da jima to vedno ne uspe oziroma da kaj tudi spregledata. Dnevni urednik v zvezi s tem poudarja, da so zaposleni v novinarstvu vedno pod časovnim

pritiskom in se morajo velikokrat odločati v sekundah. Ko poleg tega v ekipi dela še zelo veliko ljudi, hitro pride do napak oziroma netočnosti. »Vedno si enkrat premalo pregledal tekst, tudi če si ga štirikrat,« še dodaja dnevni urednik in poudarja, da morajo biti tako novinarji, uredniki kot tudi voditelji pozorni tudi na to, da stvari poenostavijo. Gledalec ima namreč v povprečju na voljo minuto in pol časa, kolikor povprečno traja prispevek v oddaji 24ur, da razume, kaj mu novinar sporoča. Pri poenostavljanju pa se hitro zgodi, da se določene vsebine povzete površno, gledalec pa tako ne dobi točnih ali razumljivih informacij (Priloga C).

Medtem ko je oddaja v etru, se urednik nahaja v režiji, in spremlja, ali se vsi gostje in novinarji na morebitnih javljanjih v živo držijo minutaže in se ob raznih spremembah, nepričakovanih dogodkih, odloči, kaj bo dodal in/ali odstranil iz oddaje. Dnevna urednika se v takih primerih najprej odločata po tem, ali je katerega izmed prispevkov možno objaviti tudi naslednji dan, potem tak prispevek preneseta na shemo za naslednji dan. Oba se pri tem zavedata, da naslednji dan prispevek nima več take vrednosti. Če takega prispevka nimata na seznamu in mora biti vse objavljeno tisti dan, sicer je narejeno zaman, se poskusita dogovoriti z ustvarjalci večerne oddaje 24ur Zvečer, da prispevek objavijo. V nasprotnem primeru je prispevek izgubljen, novinarjevo delo pa ni vidno nikjer (Priloga B; Priloga C).

V režiji poleg dnevnega urednika oddajo načeloma spremlja tudi odgovorni urednik, ki komentira prispevke, ali so narejeni dobro, boljše od konkurenčnih, ter predlaga, kaj bi lahko naredili bolje. Se pa glavni del evalvacije odvije naslednje jutro, ko uredniki prejmejo krivuljo in odstotke gledanosti ter se na podlagi teh informacij pogovorijo, če so dobro ocenili, kaj bo ljudem všeč in kaj ne. Uredniki pri tem opozarjajo, da se sicer zavedajo, da so na komercialni televiziji, kjer je gledanost pomembna, vendarle pa zanje ni edino merilo. Še vedno so vsi v prvi vrsti novinarji, ki obveščajo javnost. Tudi Hargreaves (2007, 109) opozarja, da so v novinarstvu velike stvari mogoče le, če se v mediju skladajo močan in domiseln urednik, stabilno lastništvo in modra uprava podjetja. Interesi lastnika medija so torej pomembni, vendar ne edini kriterij. Če želi novinarstvo biti dobro, se mora ukvarjati predvsem s svetom, ki mu stoji nasproti (Hargreaves 2007).

Preglednica 3.2: Delo dnevnega urednika

DELOVNI PROCES	Tedenski sestanki z odgovornim urednikom in producenti Pripravljanje na oddajo dan prej (včasih več dni ali teden) Pregled dnevnih novic in dogajanja Dnevni sestanek z odgovornim urednikom Vodenje prvega dnevnega sestanka z novinarji Dnevni sestanek z odgovornim urednikom Vodenje drugega dnevnega sestanka z novinarji Usmerjanje novinarjev med delom Usmerjanje in koordinacija z voditelji Vodenje tretjega dnevnega sestanka z novinarji Pregled prispevkov novinarjev Spremljanje oddaje in koordinacija gostov
PRISTOJNOSTI	Posvetovanje o vsebini oddaje z odgovornim urednikom Sprejemanje predlogov novinarjev Dodeljevanje vsebin in prispevkov novinarjem Dajanje smernic novinarjem za pripravljanje prispevkov Koordinacija dela novinarjev na terenu Pridobivanje in vključevanje lastnih virov Določanje virov Nadzor nad vsebino prispevkov Svetovanje voditeljem Določanje zaporedja prispevkov v oddaji
RAZMERJA MOČI	Upoštevanje usmeritev odgovornega urednika Usmerjanje novinarjev Usmerjanje voditeljev
DEJAVNIKI ODLOČANJA	
VIR: INTERVJUVANEC	VIR: OSTALI
Postavljanje v vlogo gledalca in upoštevanje njegovih hipotetičnih preferenc o vsebini oddaje Uredniška politika Ekskluzivnost (vsaj ena zgodba, ki je objavljena le v oddaji 24ur) Pokritost dnevnih dogodkov Informativnost Razpoložljivost ustreznih novinarjev Enostavnost	Osebna zanimanja Socialna mreža Navodila tržnega oddelka

Kakovost prispevka Gledanost Informativnost Vplivi in sugestije okolice Novičarska vrednost Navodila tržnega oddelka	
---	--

3.2.1.3 Avtonomnost urednikov

Urednikova odgovornost je določanje vsebin in zaporedja njihovega predvajanja (Harrigan 2004, Perovič 1998, Lippman 1965, Mencher 2000, Schlesinger 1978, Burns 2002, Cottle 2004). Urednik tako določa:

- katere probleme medij izpostavi ter
- kdaj in kako jih predstavi.

Kot tak je urednik glavni snovalec sporočila naslovniku. Vendar pa tudi urednik prejema sugestije, ideje, predloge in morda ukaze. Uredniki oddaje 24ur ugotavljajo, da jim te motive posredujejo pravzaprav vsi, tj. vsa okolica, ki jih vsak dan obdaja. Da bi bilo v oddaji kadar koli objavljeno kar koli, kar je kdo naročil in plačal, vsi uredniki zanikajo (Priloga A, Priloga B, Priloga C).

Dnevni urednik ob tem tudi dodaja, da je posamezni prispevek nemogoče ovrednotiti in da ta nima cene. Po njegovem mnenju zato ni mogoče, da bi kdo v zameno za denar zahteval objavo prispevka. Ne zanika sicer, da takšne želje obstajajo, ravno nasprotno ocenjuje, da jih je veliko, so pa redko uslišane. Kot glavni vzrok za to navaja odločitve, ki jih morajo ob koncu dneva uredniki sprejeti o tem, ali ima prispevek, ki bi ga nekdo rad videl v oddaji, novičarsko vrednost ali gre zgolj za osebni interes, za katerega v oddaji ni prostora (Priloga B).

Še več tovrstnih interesov obstaja v zvezi s temami v rubrikah Pop In in Vizita, pri čemer od sogovornikov le dnevna urednica pritruje, da objavijo tudi prispevke, ki jih narekuje trženje (Priloga B). Dnevni urednik kot edino naročeno promocijsko dejavnost omenja t. i. *crosspromotion* oziroma v omembe v oddaji 24ur o tem, kaj drugega še producira

televizijka hiša. V oddaji 24ur lahko denimo na kratko predstavijo, kaj bo objavljeno v oddaji Preverjeno sledi oddaji 24ur (Priloga B). Odgovor odgovornega urednika na vprašanje o naročenih oziroma plačanih prispevkih v oddaji 24ur je diplomatski: »Mislim, da se na koncu dneva po svoji vesti dela relativno dobro« (Priloga A).

Sicer se pa dnevnima urednikoma še ni zgodilo, da bi morala objaviti karkoli, čemur bi osebno nasprotovala. Prav tako ne pomnita kakršnih koli sankcij zaradi neposlušnosti. Dnevna urednica pri tem opozarja na drugo problematiko, in sicer da se vsi kdaj motijo in naredijo napako, »če pa ugotoviš, da nekdo dela veliko napak, pa morda ni za to delo« (Priloga B). V tem primeru gre pravzaprav za sankcijo, čeprav temu noče nihče tako reči, tudi odgovorni urednik ne. Dnevni urednik pritruje s primerom, da so v ekipi že delali ljudje, za katere se je sprva predpostavljalo, da bodo dobri uredniki, ker so bili odlični novinarji, vendar delu niso bili kos. Zgodilo se je denimo, da se je tak urednik preveč ukvarjal z dvema prispevkoma zaradi česar je bila kakovost preostalega dela oddaje slaba. Dnevni urednik opozarja tudi na pomen podobnih uredniških politik, pri čemer se mu zdi dopustno, da se lahko dnevni uredniki po svojih preferencah med seboj razlikujejo le do določene mere (Priloga C). Da mora nekdo zapustiti redakcijo, če se preference urednikov bistveno razlikujejo in če preveč odstopa, pritruje tudi odgovorni urednik (Priloga A).

3.2.2 Vloga novinarjev v redakciji

Svoje poglede na strukturo v redakciji in hierarhijo odločanja podaja tudi eden izmed novinarjev. Intervjuvani novinar je delal pri dveh osrednjih slovenskih časnikih, od leta 2006 pa je novinar oddaje 24ur in pripravlja zlasti prispevke s področja obrambe. Kot novinar dnevnoinformativne oddaje zjutraj nikoli zagotovo ne ve, kaj točno bo tisti dan delal. Okvirno delovni dan sicer poteka podobno, vendar novinarji šele na jutranjem sestanku in nato tudi še tekom dneva sprejemajo svoje delovne naloge.

Jutranjega sestanka novinar ne razume kot izvrševanje vpliva urednika ampak kot nevihto možganov celotne ekipe. Ideje na sestanku padajo z vseh strani in če jih novinar zna dobro prefiltrirati, je prispevek lahko zelo dober. Z urednikom se na jutranjem sestanku poleg same vsebine dogovarja zlasti o izbiri sogovornikov, ki si ji vedno zamisli v večjem številu, za primer, ko kdo od predvidenih sogovornikov noče sodelovati. Da mu

sogovornike svetujejo uredniki, ne razume kot njihovo ukazovanje ali usmerjanje, temveč kot pomoč. Uredniki novinarjem svetujejo, koga poklicati ali klic opravijo sami. Oceniti znajo, kateri strokovnjaki so najbolj primerni za izjave, kateri znajo vsebine posredovati bolj plastično, kateri so boljši komentatorji ipd. (Priloga Č).

Svoboda govora opravlja vlogo psa čuvaja in je pomemben način preverjanja totalitarizma in srčnega utripa vsake zdrave demokracije (Andersonova 2007). Temu prikimava tudi novinar, ki spremlja delovanje vojske, policije, cerkve, tajne službe in Banke Slovenije. Njegovo delo pogosto potrjuje, da so to zaprte organizacije o in v katerih je težko dobiti kakršne koli informacije, so pa toliko bolj zanimive. »Glede na to, da so najboljše novinarske zgodbe tam, kjer je denar, sledimo denarju,« utemeljuje svoj izbor področja dela in opozarja, da te kot novinarja lahko tudi zanese in se ti zdi zanimiva vsaka podrobnost, ki širše javnosti ne zanima, saj zgodbe ne pozna tako podrobno. Trditev ilustrira s primerom Patrie, o kateri so bili prispevki v nekem obdobju na sporedu vsak dan. Poročal je o številnih podrobnostih, kot so bili denimo nov mitraljez, puščanje olja, ki pravzaprav pušča pri vsakem kamionu, ampak tema je bila takrat tako aktualna, da je s prispevki pokrival vsako malenkost. Na koncu sam zase ni več znal oceniti, kaj se mu zdi v zvezi s temo pomembno, kaj šele, da bi lahko ocenil, kaj zanima javnost. V takih primerih poudarja, da potrebuješ opozorilo ljudi, ki niso tako zelo poglobljeni v zgodbo, da je tema izčrpana in se je treba ukvarjati s čim drugim (Priloga Č).

Na vprašanje, ali je kakšen urednik kdaj zavrnil njegovo idejo za prispevek iz osebnih razlogov, novinar odgovarja, da tega ni mogoče vedeti, saj urednik svoje odločitve nikdar ne bo utemeljil z lastnimi osebnimi zadržki. Uredniki se izogibajo osebne konfrontacije, saj se zavedajo neprimernosti take intervencije, najdejo pa kakšno drugo možnost, kako utemeljiti svoje izbire in odločitve. Novinar pri tem jasno poudarja, da je naloga urednika novinarju naročiti, kaj se bo delalo. »Novice so tisto, kar urednik določi, da so novice« pristavlja intervjuvanec in poudarja, da urednik tudi nosi odgovornost za svoje določitve. Če novinar transparentno predlaga temo, ker se mu zdi pomembna, urednik pa oceni, da tema ni dovolj pomembna za obdelavo, urednik prevzema odgovornost pred kolegi in pred javnostjo, da teme ni v novicah. Če novinar sam oceni, da je kakšna tema pomembna in bi jo bilo treba predstaviti, se najprej obrne na odgovornega urednika, ki na podlagi svoje ocene idejo posreduje ali je ne posreduje urednikom.

Novinar opaza, da ima vsak urednik svoje specifike in ga kakšne stvari bolj zanimajo, zelo težko pa je biti razgledan na vseh področjih. Nekateri so bolj seznanjeni z zunanjo politiko, drugi z notranjo in temu primerno se z njimi tudi pogovarja. Dodaja pa, da se je njegov odnos do urednikov z leti spremenil. Razlika je zlasti v tem, da na začetku svojega dela v redakciji novinar ve veliko manj, po več letih dela pa ima zlasti o kakšni ozki in specializirani temi včasih tudi več znanja kot urednik. Z leti postanejo tako tudi novinarji boljši sogovorniki, saj imajo več idej, več vedenja in več delovnih izkušenj. Pri tem novinar izpostavlja primer hišnih preiskav, pri katerih sprva ne uredniki ne novinarji niso vedeli, kako se teme lotiti. Ko se je zgodila pa že petdeseta hišna preiskava, so bili uredniki veliko bolj izkušeni, kako se te teme lotiti, ker so bili pri isti temi prisotni večkrat kot pa novinarji, ki so se pri poročanju o preiskavah menjavali – poročal je tisti, ki je bil dotični dan v službi.

V zvezi z vplivanjem na urednikove odločitve o vsebinah v oddaji novinar ugotavlja, da ima vsak urednik neko svojo zasebno socialno mrežo, ki nanj vpliva. »Če se urednik veliko družbi z zdravniki, ima večje zanimanje za neke zdravstvene teme in hkrati tudi večji dostop do informacij. Če bi se več družil z vojaki, bi imel večjo afiniteto do tega«. Zaradi tega intervjuvanec poudarja pomen urednikov z različnih področjih, saj je razumljivo, da vsak urednik živi za svojo oddajo. Če temu ne bi bilo tako, bi bilo ustvarjanje oddaje podvrženo birokratskim načelom in ustvarjalci se skozi svoje delo ne bi mogli izražati, v novinarstvu pa je osebno izražanje pomembno. Urednik ravno na podlagi tega izražanja lažje odloči, kaj je pomembno, in sicer tako zanj, kot za nadrejene in javnost (Priloga C). Andersonova v zvezi s tem opozarja, da morajo uredniki in novinarji vedno živeti tako, da njihovo osebno življenje ni v konfliktu interesov s službo, pa če je ta resničen ali samo navidezen. Njihova odgovornost družbi je bistvenega pomena, saj je taka narava njihovega poklica (Anderson 2007).

Preglednica 3.3: Delo novinarja

DELOVNI PROCES	Prvi dnevni sestanek z dnevnim urednikom in novinarji Zbiranje materiala za prispevek Drugi dnevni sestanek z dnevnim urednikom in novinarji Pripravljanje prispevka Tretji dnevni sestanek z dnevnim urednikom in novinarji Predstavitev prispevka
-----------------------	--

PRISTOJNOSTI	Podajanje predlogov za pokrivanje Iskanje dokazov, virov, materialov Pripravljanje prispevkov Realizacija prispevkov
RAZMERJA MOČI	Upoštevanje usmeritev odgovornega urednika Usmerjanje novinarjev
DEJAVNIKI ODLOČANJA	
VIR: INTERVJUVANEC	VIR: OSTALI
Osebna zanimanja Preteklo delo	Poznavanje določenega področja

3.2.3 Odnosi med novinarji in uredniki v redakciji

V redakciji 24ur tako novinarji kot uredniki poudarjajo, da je novinarstvo zelo ekipno delo. Izmenjavanje telefonskih števil, nasvetov in idej je sicer neka vrsta sugeriranja, vendar je vse to hkrati neizbežno in celo dobrodošlo. Novinarji namreč pokrivajo zelo širok spekter tem, zato pomoč starejših kolegov in urednikov cenijo. Dnevni uredniki so novinarjem pripravljeni prisluhniti in poudarjajo, da cenijo, če novinarji sami predlagajo teme in izbrskajo informacije, vendar pa hkrati opazajo, da se ta praksa umika. Večinoma in pogosteje kot v preteklosti so namreč danes uredniki tisti, ki predlagajo teme in tudi določijo novinarja, ki bo to temo raziskoval, in tako so tudi oni tisti, ki določajo vsebino oddaje (Priloga B, Priloga C). Pri tem imajo dnevni uredniki popolno zaupanje odgovornega urednika, s katerim se sicer dnevno pogovarjajo o vsebinah, ki bodo zvečer objavljene v oddaji, vendar imajo ti pogovori obliko posvetovanja in dnevni uredniki imajo pri izbiri vsebin proste roke (Priloga B, Priloga C, Priloga Č). To zaupanje odgovornega urednika je najbrž pogojeno z dejstvom, da je na mesto dnevnih urednikov postavil ljudi, od katerih točno ve, kaj lahko pričakuje, katere teme bodo pokrivali in v katerih primerih ga bodo klicali za nasvet. Dnevne urednike je namreč izbral na podlagi osebnih preferenc, na podlagi njihovih delovnih izkušenj in tudi na podlagi njihovih sposobnosti vodenja ekipe (Priloga A).

Medtem ko se odgovorni urednik v dnevno delo dnevnih urednikov ne vmešava in mu dnevni uredniki pogosto zgolj predstavijo, katere teme imajo v načrtu za oddajo, imajo tedenski uredniški sestanki večjo usmerjevalno funkcijo. Na tedenskih sestankih vsi uredniki in producenti analizirajo minuli teden in se pripravijo na prihodnjega. Pri načrtovanju naslednjega tedna določijo smernice in se pogovorijo o večjih napovedanih dogodkih, kako jih bodo medijsko pokrili (Priloga A).

Novinarji se zavedajo hierarhije pri nastajanju oddaje in pravijo, da so novice tisto, kar urednik določi, da so (Priloga Č). Uredniki se pri tem sicer trudijo, da teme med novinarje razdelijo tako, da so ti zadovoljni, a vedno to ni mogoče. Novinar mora zato občasno pokrivati tudi temo, o kateri ne ve veliko, mu ni blizu ali se z njo celo ne strinja (Priloga C), vendar pa njihove preference ali zadržki na ekranu ne smejo biti opazni. Eden izmed ključnih idealov, ki se mu novinarstvo neprestano skuša približati je namreč objektivnost, kar pomeni, da se novinarji trudijo poročati nepristransko, podajati gole informacije in v prispevek ne vpletati svojega mnenja. Pri tem je bistven kriterij vrednotenja trud sam, saj idealov objektivnosti v popolnosti ni mogoče doseči. Novinarji se iz poročanja ne morejo povsem izvzeti (Jontes 2010). Že izbira sogovornikov, nato pa še izjav in veznega teksta je namreč njihova lastna izbira, s katero lahko tudi na pretkan način izrazijo tudi svoje stališče (prav tam).

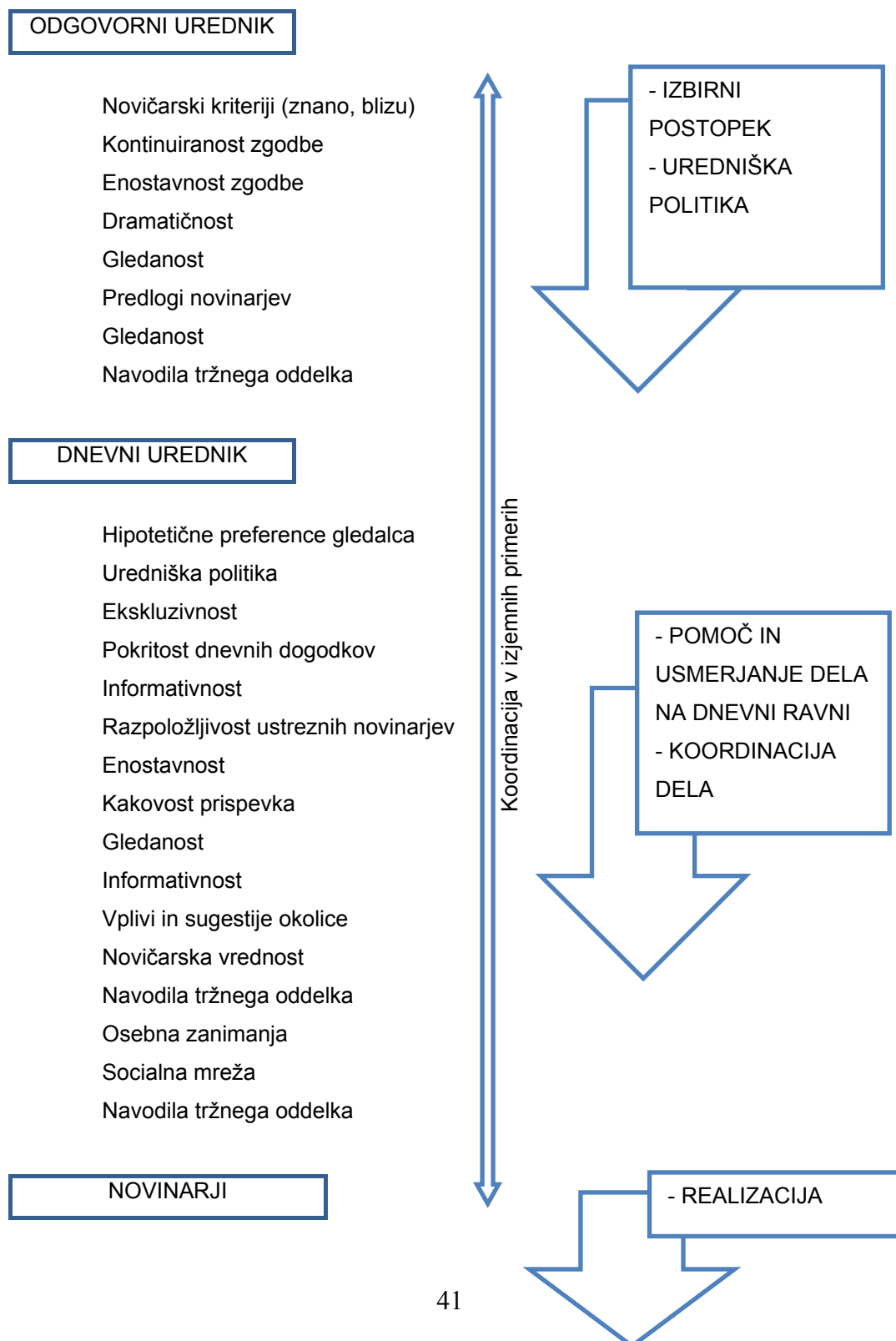
Dnevni uredniki oddaje 24ur zato preberejo besedilo vsakega prispevka oddaje, če je tema izjemno pomembna oziroma je vsebina kakor koli sporna, pa si urednik ogleda tudi zmontiran prispevek, preden gre ta v eter (Priloga B, Priloga C). Harrigan (2000) pri tem opozarja, da ima urednik pravico popraviti zgodbo in tudi spremeniti njen pomen, vendar s tem odpira bojno polje z novinarjem. Ko urednik izpostavi kritiko prispevka, se namreč novinar običajno postavi v obrambni položaj, saj si že sam postavi visoke kriterije in si prizadeva, da jih doseže. V zvezi s kritikami urednikov se zmeraj zastavlja tudi vprašanje dokazovanja moči in utrjevanja pozicije (prav tam), Mencher (2000) pa zato novinarjem svetuje vztrajnost, včasih nepopustljivost ter zlasti zanimanje za napotke urednika. Dnevna urednika oddaje 24ur opisujeta, da je med nastajanjem oddaje 24ur prisotnega veliko pogovarjanja in dogovarjanja, vendar imajo uredniki vedno zadnjo besedo pri odločanju, saj so podpisani pod oddajo in zanjo odgovarjajo (Priloga B, Priloga C). To moč in zaupanje v dobro presojo jim je s svojo odločitvijo, ko jih je postavil na mesto

dnevnega urednika, dal odgovorni urednik. Tega se tudi novinarji dobro zavedajo, ne glede na to, ali so se redakciji pridružili pred kratkim ali v njej delajo že vrsto let (Priloga Č).

Novinar lahko v primeru, ko se absolutno ne strinja z urednikom, svoje stališče predstavi odgovornemu uredniku, vendar tovrstnega posredovanja nihče od intervjuvancev ne pomni (Priloge A-D). Da se posredovanja pri odgovornemu uredniku nihče od novinarjev ne poslužuje, je lahko pogojeno tudi z izbiro odgovornega urednika, ki je na funkcijo dnevnih urednikov postavil ljudi po svoji presoji. Novinar se tako zaveda velike verjetnosti, da bo pri odgovornem uredniku naletel na podobno razmišljanje in stališče o temi kot pri dnevnih urednikih, čeprav se sam z njimi ne strinja. Odgovorni urednik s postavljanjem izbranih ljudi na določene položaje za delom teh ljudi stoji z lastnim imenom ter zanje odgovarja pred svojimi nadrejenimi.

Pri primerjanju odgovorov intervjujev in pri opazovanju ugotavljam, da avtoriteta urednikov pri ustvarjanju oddaje 24ur ni odvisna ne od spola ne od staža (Priloga B, Priloga C, Priloga Č, Priloga D). Novinarji se zavedajo, da je urednikova beseda zadnja, da je on tisti, ki nosi odgovornost, ne glede na njegov ali njen spol in staž. Čeprav se kdaj ne strinjajo z uredniki in skušajo uveljaviti svojo voljo, se zavedajo, da je urednik novinarju nadrejen, ne glede na to, kdaj je nastopil na svojo funkcijo. Dnevna urednica ni s tem v zvezi nikoli čutila, da bi jo novinarji obravnavali neprimerno oziroma manj upoštevali, ker je ženska, poudarja pa, da vsak urednik z novinarji sčasoma vzpostavi zaupanje. »Tudi uredniški začetek je težak. Si novinar, nato pa greš iz svoje ekipe in postaneš njihov nadrejeni. Takrat ljudje potrebujejo čas, da se navadijo,« pripoveduje dneva urednica (Priloga B). »Urednik je urednik, moraš ga upoštevati,« povzema novinar in še dodaja, da pa imajo tisti z več izkušnjami boljše ideje in zaradi tega mogoče tudi boljšo oddajo.

Slika 3.2: Hierarhija odločanja v redakciji



3.3 RAZPRAVA

»Dobro novinarstvo, dobra televizija, lahko naš svet naredita boljšega,« pravi Amanpour ter dodaja, »res verjamem, da je dobro novinarstvo dober posel« (v Anderson 2004, 47). Da to drži, je največja slovenska komercialna televizija POP TV dokazala, ko je leta 1995 kot prva komercialna televizija nastopila kot konkurent državne televizije RTV Slovenija in jo skozi leta suvereno prehitela. Svoj uspeh je POP TV dosegel s skrbnim spremljanjem podatkov gledanosti in uravnavanjem vsebin glede na to, kar ljudje radi gledajo in česa ne. Isto prakso POP TV realizira še danes, vendar so danes v igri neprimerno višje vsote denarja, doseg televizije in s tem moč televizijskih vsebin pa neprimerno večja. Pri tem se porajajo vprašanja, do katere meje gredo vodilni na POP TV, da ugodijo zahtevam gledalcev, oglaševalcev in lastnikov ter kakšne vloge igrajo pri tem novinarji in uredniki.

Ugotovitve, ki sem jih pridobila s poglobljenimi intervjuji in metodo opazovanja z udeležbo, kažejo, da se tako dnevni uredniki kot odgovorni urednik oddaje 24ur trudijo čim bolj nepristransko poročati o dogajanju v Sloveniji in v tujini. Uredniška politika daje pri tem prednost domačim vsebinam. Uredniki novinarjem načeloma puščajo veliko svobode, sugerirajo pa jim, katere sogovornike naj pokličejo in na katera vprašanje želijo imeti odgovore. Novinarji usmerjanje in napotke večinoma sprejemajo kot dobrodošlo pomoč, občasno pa tudi kot odvečno vmešavanje v njihovo delo, vendar so taki primeri prej izjema kot pravilo. Na vprašanje, kdo predlaga teme ter daje informacije in namige o vsebinah samim urednikom (tako dnevnim kot odgovornemu), pa z intervjuji in opazovanjem nisem pridobila jasnega odgovora. Uredniki med viri vplivov na svoje odločitve poleg drugih medijev navajajo okolico ter vse ljudi, s katerimi se družijo in s katerimi pridejo v stik, bodisi pričakovano bodisi nepričakovano.

Številnim političnim in gospodarskim veljakom je v interesu, da javnost dosežejo določene želene informacije. Zato lahko utemeljeno predpostavljamo, da ti vsaj skušajo

sugerirati vsebine odgovornim urednikom in novinarjem medija, zlasti če ta doseže veliko število ljudi in ima veliko moč. Jasnega odgovora na vprašanje, kako vodilni v medijski hiši te sugestije in novinarsko poslanstvo združijo, najbrž ni mogoče dobiti.

Čeprav so komercialne televizije, kot je POP TV, odvisne od kapitala, pa se prav tako kot sugestijam posameznikov in organizacij ne bi smele podrežati izključno kriterijem gledanosti. Vrednost svobodnih medijev se ne bi smela meriti ne v zasluženem denarju in ne v gledanosti. To ni način, po katerem bi lahko presojali, kako zdravo je novinarstvo in kakšno vrednost ima. Visoki dobički nekega medija, ne pomenijo, da so njihove novice odgovorne, in visoka gledanost ne zagotavlja, da je novičarski program določenega medija pošten in uravnotežen. Medijski hiši gledanost tudi ne zagotavlja, da bo dobiček ustvarjala še naprej. Mediji so podjetja in morajo poslovati na trgu, vendar mora obstajati meja, ko je dobiček na račun novice enostavno nespodoben. To mejo medij prestopi, ko gonja za dobičkom začne ogrožati etične standarde oziroma kakovost vsebine in ko vodilni tudi na račun integritete medija zahtevajo nižje stroške in večje dobičke. Legendarna vojna poročevalka CNN Christiane Amanpour meni, da lahko tak pristop televizijska hiša vzdržuje le določen čas. Ljudje, ki želijo temeljito, informativno in uravnoteženo poročanje, namreč sčasoma opazijo razliko med praznim govoričenjem in kakovostnimi informativnimi oddajami ter med površno posnetimi zgodbami in temeljitim poročanjem s kraja dogajanja. Medijska podjetja, ki stroške zmanjšujejo na račun kakovosti, zato dolgoročno ne morejo uspeti (v Anderson 2004, 9).

V namen dviganja in vzdrževanja gledanosti televizijske hiše in uredniške politike pogosto dovoljujejo ali si celo prizadevajo za visoko stopnjo tabloidizacije novinarstva. Tudi uredniki in novinarji oddaje 24ur se za teme prispevkov ne odločajo zgolj na podlagi vsebine, temveč vsi kot kriterij navajajo tudi dobre posnetke. Sama pri tem skozi opazovanje z udeležbo ugotavljam, da je tabloidizacija do določene meje sprejemljiva oziroma celo dobrodošla, saj uporabniku medija vsebino predstavi na preprost in razumljiv način. Problem pa se pojavi, ko novinarji zaradi tabloidizacije pozabijo na vsebino in se ukvarjajo le še z obliko. Televizije oziroma mediji na splošno tekmujejo v tem, kdo bo dobil najboljši posnetek, kdo najbolj dramatično izjavo, hkrati pa pozabljajo na vsebino, na resne, pomembne novice. Količina in pomembnost zadev, ki zanimajo

javnost, se tako zmanjšujeta, konvencije poročanja in razpravljanja pa se usmerjajo v individualno izkušnjo, ki je glavni vir dokazov in vrednosti.

Ugotovitve o različnih virih vplivov na določanje vsebin oddaje in o vlogah posameznih ustvarjalcev pri tem odločanju, ki sem jih pridobila s pomočjo poglobljenih intervjujev in z opazovanjem z udeležbo, se večinoma skladajo. Ker v redakciji delam že vrsto let in sem v delo dnevno vpeta, me zaposleni niso dojemali kot opazovalko in so delali sproščeno, brez zadržkov ali pretvarjanja. Opazovanje predstavlja pomembno dopolnilo k ugotovitvam intervjujev, čeprav sem z intervjuji informacije pridobivala bolj usmerjeno, hitreje in zato v večji količini. Dnevni urednik v zvezi z odločanjem o vsebinah v intervjuju denimo pove, da novinarjem pušča prosto pot pri pripravi prispevka in jim služi kot podpora, vendar pa ne omenja, da v prostor za zgodbo vedno napiše iztočnice, čeprav se po tem bistveno razlikuje od dnevne urednice. Predvsem za zgodbe z začetka oddaje novinarju konkretno naroči, na katera vprašanja želi dobiti odgovore. Včasih celo predvideva odgovore in skladno z njimi dodaja podvprašanja, ki se na prvi pogled ne zdijo relevantna. Je edini dnevni urednik, ki to počne, novinarji pa napotkov ne jemljejo kot ukaze ampak kot smernice. Tisti, ki so nekoliko manj izkušeni, so mu hvaležni, saj jih usmeri, tisti, ki tematiko dobro poznajo, pa občasno o iztočnicah z njim razpravljajo.

Dnevna urednika se razlikujeta tudi v pregledovanju besedil novinarjem. Medtem ko dnevni urednik na morebitne moteče besede opozarja že med nastajanjem prispevka in ga na koncu še enkrat temeljito prebere, je dnevna urednica veliko bolj liberalna in novinarjem pušča več svobode. Podatki opazovanja z udeležbo se tako skladajo s podatki, ki jih sama podaja v intervjuju, da se spominja sebe kot novinarke, ki ni marala vmešavanja urednikov v svoje delo in to tudi sama nerada počne (Priloga B). Njen pristop ima to prednost, da novinarju omogoča več lastnega doprinosa in izraža zaupanje v njegovo delo, ima pa tudi slabost večjega tveganja, da bo prišlo do napake. Vsi novinarji se pri tem pred napakami zavarujejo tako, da prosijo vsakega urednika, naj pregleda njihovo besedilo. Dnevni urednik to tudi vedno stori, pri dnevni urednici pa je pregled odvisen od časovne stiske. Izjema so zgodbe na vrhu oddaje, ki jih tudi ona vedno prebere.

Novinarji manjših urednikovih popravkov v besedilu ne problematizirajo, saj se s tem pravzaprav zaščitijo. Opazovanje z udeležbo pa kaže, da se včasih zapletejo v prepir z

voditelji, ki želijo kdaj preveč poenostaviti napovedi. Ko želijo voditelji določen del napovedi, ki jo je novinar napisal, izpustiti, lahko namreč povsem spremenijo pomen besedila. Da ima njihov poseg takšen učinek, se pri tem niti ne zavedajo, saj zgodbe ne poznajo tako podrobno kot novinar, ki jo je spremljal in se o njej poučil.

Pričakovani, pa vendarle zanimivi in vredni izpostavitve, so nasprotujoči rezultati intervjujev in rezultati opazovanja z udeležbo v primeru sponzoriranih prispevkov. Da so v oddaji kdaj objavljene naročene vsebine, vsi intervjuvanci zanikajo ter tudi zagotavljajo, da nihče od njih ni nikoli objavil ničesar, čemur so nasprotovali. Intervjuvanci tudi zagotavljajo, da se v takšni situaciji niti nikoli niso znašli. Le dnevna urednica pri tem priznava, da so v rubrikah Vizita in Pop In objavljeni prispevki, katerih objavo je naročilo trženje, tj. sponzorji. Vizita je nedeljska rubrika, namenjena zdravju in zdravemu načinu življenja. Načeloma teme izbere in določi voditeljica sama, vendar so vsaj enkrat mesečno v rubriki objavljeni tudi izdelki in storitve, za katerega je tržni oddelek podpisal dogovor, da mora biti izdelek pokazan ali omenjen v Viziti. S podrobnostmi dogovora voditeljica ni seznanjena, temveč je zgolj obveščena, kaj mora biti v nedeljski rubriki objavljeno. Naloga oziroma odgovornost urednice je pri tem prispevek pripraviti tako, da promocija ni očitna. Podjetja, ki ponujajo izdelke oziroma storitve, ob tem sicer načeloma niso objavljena s celotnim nazivom, so pa jasno vidni izdelek, morda napis ali naslov, kje se podjetje nahaja.

Podobna praksa je prisotna tudi v rubriki Pop In, ki predstavlja razvedrilni del informativne oddaje. V tem delu so objavljeni prispevki iz sveta znanih, mode in zabave. Pop In je na sporedu proti koncu informativne oddaje, njena minutaža pa se giblje med štirimi in petimi minutami. V tem delu so prispevki po nareku trženja zelo pogosti. Primer takšne prakse je denimo posnetek znanih na zabavi, ki jo prireja proizvajalec alkoholne pijače in eden večjih sponzorjev medijske hiše, pod okrilje katere spada oddaja 24ur. Tudi nekatere reportaže iz določenih koncertov, opernih predstav in raznih razstav so naročeni prispevki.

O teh napotkih oddelka za trženja so vedno obveščeni vsi dnevni uredniki in odgovorni urednik, vendar v poglobljenih intervjujih o njih niso govorili oziroma so zanikali tovrstne vplive na svoje odločitve. Odgovorni urednik je na trikrat ponovljeno vprašanje

o naročenih vsebinah celo trikrat odgovoril, da v informativnem delu oddaje naročenih prispevkov ni oziroma on zanje ne ve, pri tem pa sta tako Vizita kot Pop In tudi del dnevnoinformativne oddaje. Tovrstne odgovore je mogoče označiti kot sprenevedanje, hkrati pa sta zaradi njih toliko bolj utemeljena nadgradnja in dopolnitev metode intervjuvanja z metodo opazovanja.

4 SKLEP

Kje novinarji jemljejo informacije, ki jih predstavljajo kot novice dneva ter kdo odloči, kaj novica dneva je? Kdo stoji za tistimi, ki sprejemajo odločitve, in kdo stoji za tistimi, ki stojijo za njimi? V magistrski nalogi ugotavljam, kakšni sta z vidika tovrstnega odločanja struktura in hierarhija ustvarjalcev oddaje 24ur. S poglobljenimi intervjuji in metodo opazovanja z udeležbo ugotavljam, ali je ustvarjanje oddaje produkt tega, kdo lahko izbrska več informacij in skrivnosti ter najde več virov ali pa le igra moči, denarja in poznanstev. Iz lastnih izkušenj vem, da se s takimi vprašanji bolj ali manj ukvarja vsak mladi novinar, kar predstavlja moj glavni motiv za izbiro teme.

Strukturo odločanja o vsebinah novic raziskujem v živem medijskem okolju. Izbrala sem največjo slovensko komercialno televizijo z že vrsto let najbolj gledano dnevnoinformativno oddajo v Sloveniji. Vsebinski okvir intervjujev predstavlja potek delovnih dni novinarjev in urednikov, iz katerega je razvidna organizacija dela okoli skupnih sestankov in oddaj. Redni dnevni sestanki so namenjeni koordinaciji tem in posredovanju napotkov novinarjem, redni tedenski sestanki urednikov pa usmerjajo skupno uredniško politiko. Vloge urednikov in novinarjev pri pripravljanju prispevkov in pri odločanju o vsebini oddaje so pri tem relativno stalne in odstopajo le v redkih izjemnih primerih. Hierarhija odločanja o vsebinah na vrh odločitvene strukture postavlja glavnega in odgovornega urednika, ki ne le usmerja, ampak tudi izbira dnevne urednike. Uredništvo je med seboj zaradi tega precej enotno, česar se zavedajo tudi novinarji in se po pomoč redko obrnejo neposredno na odgovornega urednika.

Funkcije odgovornega urednika in dnevnih urednikov v praksi tako primerjam s funkcijami, ki naj bi jih teoretično opravljali. Pri tem ugotavljam, da odgovorni urednik nad delom dnevnih urednikov bdi zlasti na način izbire dnevnih urednikov in z vzdrževanjem stabilne uredniške politike, dnevno pa v njihovo delo ne posega in ga ne

preverja. Dnevni uredniki imajo v primerjavi s tem bolj aktivno vlogo pri usmerjanju dela novinarjev, saj jim določijo in dodelijo teme za obdelavo in dajo v nekaterih primerih tudi natančne napotke o vsebini prispevkov. Pri tem ugotavljam, da tudi v praksi obstaja jasna hierarhija, ki ni odvisna od tega, za katerega novinarja oziroma urednika gre, vendar pa se uredniki nekoliko razlikujejo v količini svobode, ki jo prepuščajo novinarjem pri njihovem delu.

Hierarhični odnosi med novinarji in uredniki v veliki meri temeljijo na odgovornosti, ki jo vsak zaposleni prevzema s svojo funkcijo in s svojim delom. Novinarji se zavedajo, da s prevzemanjem odločitev uredniki prevzemajo tudi odgovornost za te odločitve in so v primeru napak deležni sankcij. Svojih dolžnosti in morebitnih posledic se zavedajo tudi uredniki, ki se pri svojem delu zato ravna po odgovornosti do svojih nadrejenih in do drugih virov iz družbenega okolja. Pri tem skušam ugotoviti, ali posledično novinarji in uredniki delujejo kot četrta veja oblasti in torej budno spremljajo delovanje državnih organov, opozarjajo na nepravilnosti in tudi poudarjajo uspehe posameznikov, ali pa so le podaljšana roka lobijev, sponzorjev in ljudi z denarjem.

Deležev, ki jih imajo pri odločanju na eni strani temeljna novinarska načela in na drugi strani komercialni, politični in drugi družbeni vplivi, mi z metodo poglobljenih intervjujev in metodo opazovanja z udeležbo ni uspelo izluščiti. S primerjavo rezultatov ugotavljam, da dajejo poglobljeni intervjuji z uredniki o zunanjih vplivih na njihovo odločanje manj relevantnih informacij kot metoda opazovanja. Tako ena kot druga metoda pa sta potrdili prisotnost nekaterih zunanjih vplivov. Kot osrednje vodilo pri odločanju o vsebinah oddaje pa lahko na podlagi rezultatov izpostavimo kriterij gledanost, ki se mu pri odločanju podrejajo zlasti uredniki, manj pa novinarji. Ti se sicer pri delu ravna po napotkih urednikov, vendar pa lastne predloge podajajo na podlagi ocene pomembnosti.

Funkcije, ki jih novinarji in uredniki opravljajo v hierarhiji odločanja, tako očitno vplivajo na izbiro kriterijev in preferenc odločanja o vsebinah oddaje. Funkcije, višje v hierarhiji odločanja, so nekoliko bolj podrejene kriteriju gledanosti in komercialnim ciljem, funkcije nižje v hierarhiji odločanja pa si bolj prizadevajo slediti temeljnim novinarskim načelom. Bistvenega pomena zaradi tega je tudi na višjih funkcijah v

hierarhiji odločanja o programskih vsebinah ohranjati tiste ljudi, ki izhajajo iz novinarskega poklica in so tako v svoji poklicni osnovi zavezani novinarski etiki in temeljnim načelom poročanja.

5 LITERATURA

- Anderson, Bonnie. 2004. *News flash: Journalism, infotainment and the bottom-line business of broadcast news*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Thousand Oaks.
- Bird, Elizabeth. 2010. *The Anthropology of News and Journalism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Burns, Lynette Sheridan. 2002. *Understanding journalism*. London: Sage publications.
- Chapman, Jane in Marie Kinsey. 2009. *Broadcast journalism. A critical introduction*. New York: Routledge.
- Cottle, Simon. 2004. *Media organisation and production*. London: Sage publications.
- Gitlin, Todd. 1980. *The Whole World is watching: Mass Media in the Making and the Unmaking of the Left*. Berkley: University of California Press.
- Gašpar, Adriana. 2014a. Intervju z avtorico. Ljubljana, 22. januar.
- 2014b. Intervju z avtorico. Ljubljana. 15. januar.
- 2014c. Intervju z avtorico. Ljubljana, 22. december.
- 2014č. Intervju z avtorico. Ljubljana, 20. december.
- 2014d. Intervju z avtorico. Ljubljana, 12. december.
- 2014e. Zapiski opazovanja z udeležbo. Ljubljana, 15. januar.
- Gieber, Walter. 1999. T. Howard (ur).: *News: The Reader*. 218-223. Oxford: Oxford University Press.
- Harcup, Tony. 2004. *Journalis Principles and Practise*. London: Sage publications.
- Hardt, Hanno. 1995. *Newsworkers*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hargreaves, Ian. 2007. *Novinarstvo, zelo kratek uvod*. Ljubljana: Krtina.
- Harper, Nancy L. 1974. *Human communication. Core readings*. New York: MSS Information Corporation.
- Harrigan, Jane T. in Karen Dunlap Brown. 2004. *The Editorial Eye*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Harrison, Jackie. 2006. *News*. London: Routledge.

- Iorio, Sharin Hartin. 2004. *Qualitative research in journalis taking it to the streets*. New Yersey: Wichita State University.
- Kovach, Bill in Tim Rosenstiel. 2001. *The elements of journalis What newspeople should know and the public should expect*. Vancouver: Three Rivers Press.
- Lindlof, R. Thomas in Bryan C. Taylor. 2002. *Qualitative Communication Research Methods*. London: Sage publications.
- Lippman, Walter. 1965. *The nature of news*. Public Opinion. New York: Free Press
- Lofland, John. 2009. *Analyzing Social Settings: A Guide to Qalitative observation and anlysis*. Belmon Wadsworth.
- McQuail, Denis. 2006. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Thousand Oaks.
- Mencher, Melvin. 2000. *News reporting and writing*. New York: Columbia University.
- Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV Novice*. Ljubljana: Študentska založba.
- Ritchie, Jane in Jane Lewis. 2003. *Qualitative research practise*. London: Sage publications.
- Schlesinger, Philip. 1978. *Putting reality together: BBC news*. London: Methuen.
- Tumber, Howard. 1999. *News. A reader*. Oxfor: University press.
- Van Dijk, Teun. 1988. *News as Discourse*. London: Hildale.

PRILOGE

PRILOGA A: Prepis intervjuja z glavnim in odgovornim urednikom

PRILOGA B: Prepis intervjuja z dnevno urednico

PRILOGA C: Prepis intervjuja z dnevnim urednikom

PRILOGA Č: Prepis intervjuja z novinarjem

PRILOGA D: Prepis intervjuja z zaposlenim

PRILOGA E: Zapiski opazovanja z udeležbo

PRILOGA A: Prepis intervjuja z glavnim in odgovornim urednikom

V: Katerim kriterijem slediš pri svoji uredniški politiki?

I: Uf, večim kriterijem, dobro. Teh kriterijev, ko se mi odločamo, kaj bomo objavili, kaj ne bomo objavili, s kopico stvari, ki je, the kriterijev je lahko tudi okrog dvajset. Jaz ti jih lahko tudi začnem naštevati, ni noben problem. Je pa res, da pri the kriterijih je tako; kriteriji niso narejeni na tak način, da je eden bolj pomemben od drugega ali pa kriteriji tudi niso odvisni od tega, ...od dvajsetih, ki jih bom naštel, mora imeti neka zadeva tri kriterije, neka pa ne. So pa neka pomoč pri naših odločitvah. Ti pa, če se nekaj dogaja z znanimi ljudmi ima več šans, da bo objavljeno kot če se dogaja z neznanimi; če se nekaj dogaja bližje nas geografsko, bo objavljeno prej, kot pa če se dogaja v oddaljenih krajih; če je zadeva nek dogodek, ki je, kot mi temu pravimo ongoing dogodek, to se pravi, da se še naprej dogaja, kakšen dan ni nujno, da se bo kaj velikega zgodilo, bi pa bomo o tem vseeno nekaj objavili, zaradi tega, ker vlečemo ga, kot zgodbo (pogreb mandele). Včasih je veljalo, da vsaka zgodba, ki je slaba zgodba, da bo prej na televiziji, kot pa če je dobra zgodba. In je eno izmed pravil. Drugo izmed pravil pa je tudi, da če je dobra zgodba, bo tudi prišlo lahko prej na ekran, pa ne glede ali kakšnim drugim kriterijem zavzema ali ne. Naslednja zadeva, ki je, da pač na televiziji je pač zares dostikrat tako, da se odločimo, da pridejo na televizijo hitreje lahko zgodbe, ki so bolj enostavne in manj zapletene, ker jih lažje razložimo kot manj zapletene.

Mamo tudi element dramatično, imamo lahko elemente vseh vrst.

V: Dobro, to so kriteriji, ki jih vsi upoštevajo.

I: Je pa res, da na koncu dneva, mi gledamo tudi na to, ali in kakšen je odziv gledalcev, ki jih nastavimo, ki jih mi objavimo. Včasih mislimo, da bo neka zgodba naletela na velik odmev pri gledalcih, potem pa ugotovimo, da je niso gledali, da so zapustili televizijske ekrane.

V: to so ratingi.

I: Ja, takrat se pa mi lahko vprašamo, kaj hudiča je narobe. Ali in pridemo lahko do dveh odgovorov. Ali je to stvar, o kateri mi poročamo, večino naših gledalcev ne zanima; se jim ne zdi pomembna, ne vpliva na njihovo življenje in je zato niso gledali. Ali pa seveda lahko ugotovimo, da smo jo mi zanič naredili.

V: In kaj narediš v tem primeru?

I: Se odločimo, in rečemo: lej, če je zgodba bila zares dobro narejena ampak to ljudi dandanes ne zanima več; rečemo ok, očitno zgodba ne vpliva na njihovo življenje, nismo jih prepričali s tem, da bi to bilo za njih pomembno.

V: Če je pa bilo slabo narejeno?

I: Če je pa bilo slabo narejeno, gremo pa naprej; s tem da moremo poiskati druge načina, na kak način o tej isti zgodbi poročati.

O vsebinskih kriterijih je pa zelo težko govoriti.

V: V čem je 24ur drugačna oddaja od dnevnika?

I: Da bi mi imeli neke vsebinske, da bi ti jaz lahko rekel, poglej, še pred 10 leti mi če bi me vprašala, bi ti rekel, da o makroekonomskih zadevah pa mi ne bomo nikoli poročali. Danes imamo tretjino oddaje, ki govori samo o tem. Nekaj je duh časa.

V: Torej v čem je 24ur drugačna od drugih? Ker to so pač kriteriji, ki jih načeloma mediji upoštevajo.

I: Jaz mislim, da kljub vsem tem zadevam, ki smo jih rekli, jaz mislim, da mora vsaka dnevnoinformativna oddaja imeti neke stvari, ki so prepoznavne, ki jih ljudje razpoznavajo za razliko od drugih. In the stvari, ena od the stvari zakaj nekoga prepoznavajo, druge pa ne, zakaj je eden lahko boljši, drugi pa ne, je na žalost spet več kriterijev, ki jih mora človek upoštevati. Imamo lahko vsebinski kriterij, ki se jih reče, da mora biti, ne glede na to, kaj se zgodi, dramaturgija vsake oddaje, ne glede kaj se zgodi, bolj ali manj jasna. Ljudje morajo vedeti, da bomo mi začeli vsako oddajo, v 95ih odstotkih z prispevki, ki imajo svojo težo in ki so domači, slovenski. Da bomo po tem počasi šli na neke dogodke, ki so pomembni v svetu in da se bomo vrnili nazaj na dogodke, ki so pomembni za slovenijo, vendar ne tako zelo, da so to bolj že reportaže, da ni hard news, da je lahko kaj drugega. In to dramaturgijo moraš upoštevati. IN zelo pomembni so seveda voditelji, ker voditelji na koncu, so tisti, kin a koncu dodajo ton svoji oddaji, ljudje morajo biti navajeni. Aha danes gledam pa tega in tega. Po eni strani jim mora biti všeč, po drugi strani se morajo ljudje domače počutiti, ko jih gledajo. In tretja zadeva je, da jih morajo razumeti, kaj jim

pripovedujejo. Stvari, ki jih pripovedujejo, morajo biti takšne, da jih bom z lahkoto razumel. Naslednja zadeva so vsi mogoče grafični pripomočki, ki so zelo pomembni za to, ker z njihovo pomočjo mi lahko ljudem tudi bolj zapletene zadeve povemo na način, da so razumljive.

V: Vloga voditeljev pri tem, kaj je v oddaji, je kakšna? Tudi oni povejo svoje mnenje, se uskladijo z urednikom?

I: Lahko povejo ampak ni odločujoče mnenje. Tisti, ki odloča, kaj je v oddaji in kaj ne, je urednik oddaje. Dnevno.

V: Torej voditelji ne pridejo do tebe pa rečejo, ti, to ni v redu?

I: Lahko pridejo.

V: Ampak?

I: Ne more biti njihova zadnja. Zadnja beseda je zmeraj od urednika. Urednik je odgovore za to, kaj je objavljano, način na katerega je objavljeno, osnovna odgovornost voditeljev, ki so seveda tudi sokreatorji oddaje, je pa način, na katerega bo vse skupaj prezentirano.

V: Kako pa ti dnevno spremljaš delo urednikov? Ali gledaš roundowne, se posvetuješ z njimi ali jim popolnoma zaupaš?

I: Ne, z uredniki. Ritem dela je nekako tako, da med pol 9 in 9 je prvi sestanek, da gremo skos oddajo; drugi sestanek, ki ga imamo je pred 2. Uro in tretji okrog pol 6. Vmes so pa seveda dogovori in pogovarjanja ampak to so neke fiksne ure.

V: In potem ob 6h je finalizacija.

I: Ja.

V: Ko se pogovorite o?

I: O čem?

V: Ja.

I: Ali imamo vse objavljeno, kar je pametno, da imamo objavljeno. Ali moramo še kaj drugega dati v oddajo, česar prej nismo hoteli dati v oddajo oziroma je kakšna zadeva, za katero nismo povsem prepričani ali bi jo sploh objavili ali ne.

Ali pa ugotovimo, da je kakšen prispevek zanič, dajmo ga popraviti, dajmo ga ven vreči.

V: Pa so vsi poslušni, uredniki?

I: To je stvar dialoga, zmeraj. In prepričevanja. Se ne spomnim nazadnje kdaj je bilo narejeno nekaj, da bi prišlo tako daleč, da bi se morali prepirati ali pa uveljavljati hierarhijo.

V: Ni bilo takih situacij?

I: Že dolgo se ne spomnim.

V: Torej načeloma ubogajo?

I: Ne, načeloma si bolj ali manj enake stvari mislimo o stvareh.

V: Po kakšnem ključu pa si izbral urednike?

I: To je vedno najtežje izbrati urednike. Uredniki so ljudje, bom rekel, ki morajo imeti za sabo, rečmo zares dolgo kilometrino v poklicu, ki ga opravljajo. Poleg tega, da morajo imeti relativno veliko znanja, morajo imeti tudi kilometrino, morajo poznati kolektiv, morajo vedeti o stvareh, o več stvareh kot povprečen novinar. Zato ker morajo vedeti vse mogoče stvari o vse mogočih stvareh, morajo jih znati poiskati, če jih pač slučajno ne najdejo. In tretja zadeva, ki je, je ta, da morajo imeti neko sposobnost, da so oni tudi vodje v določenem obdobju, kar pomeni, da morajo imeti relativno veliko sposobnost komuniciranja, delovanja v timu. Da morajo imeti svojo avtoriteto.

V: Pa se ti zdi, da imajo v enaki meri avtoriteto uredniki in urednice?

I: Dolgoročno ja.

V: Kaj to pomeni?

I: Da če nekdo postane dnevni urednik, bodo vsi novinarji malo špegali po njemu in ali ga bodo zares sprejeli ali ne, se vidi šele čez določeno obdobje. Nihče ga ne bo prvi dan rekel, tale je pa super. V: Torej na staž je bolj važen?

I: Tudi.

V: Po čem pa še? Po čem se še kaže neka kakovost urednika?

I: v glavnem v tem, da zares dosti vejo. Da vejo, kaj je dobro za oddajo, da se znajo tudi hitro odločati. Da imajo dovolj dobro sposobnost, bom rekel, menedžiranja z ljudmi, s katerimi upravljajo v svoji okolici. Da so sposobni, da znajo, kdaj priznati, da so odločitve, glede na to, da so bile na hitro narejene, da so bile kdaj tudi napačne. Da so sposobni relativno veliko samorefleksije ali delajo dobro ali ne, da so lahko tudi kritični do sebe kadarkoli je treba.

V: Pa se je že zgodilo, da nekdo ni bil več urednik, ker je slabo delal?

I: Ja. Ljudi za katere smo mislili, da bodo odlično, ker so bili odlični novinarji, cela je bila redakcija mlajša od njega in smo mislili, tole bo pa super. Potem pa se je ves čas ukvarjal z dvema prispevkoma, cela oddaja je bila pa zanič. In je nehal.

Dnevni uredniki so lahko različni med sabo, ne smejo biti pa bistveno različni med sabo. Ne more en urednik reči jaz pa ne maram politike, drug reče jaz maram politiko, bom rekel nekdo mora zapustiti redakcije, ker preveč ven šrtli od drugih.

V: Morajo biti raznoliki, kot pač od posameznike do posameznika so, ampak glavne cilje morajo imeti pa enake.

I: Ja.

V: A to usklajujete tudi na uredniških sestankih ali čemu so ti namenjeni?

I: tedenski? To

V: Ja.

I: točno temu. Da vemo kje smo in kam potujemo. Pa zakaj.

V: A tudi za nazaj pogledate stvari?

I: Ja.

V: In če je bilo nekaj narobe, kaj potem?

I: Ugotovimo zakaj je šlo kaj narobe. Potem pa ugotovimo, če to lahko spremenimo.

V: Pa o tedenskih rubrikah verjetno še, ne?

I: Ja, pa planiranju, pa o načrtu dela. S tem da načrtovanje dela teče v tem smislu, da se zmenimo za par rubrik za čez vikend, pa da probamo ugotoviti, če nas katerekoli velike stvari, ki se dogajajo zanimajo in kako bomo to naredili. In da si izmenjamo mnenja tudi o tem, kar vemo glede na to, da se pogovarjamo vsi z različnimi ljudmi. Kdo od novinarjev pripravlja kaj posebnega, takega kar je meni povedal, pa moram vsem povedati, da vejo. Ali pa se je z enim dnevnim urednikom pogovoril, pa mora tudi drugi urednik vedeti, kaj dela in o ciljih za naprej.

V: Pa pridejo novinarji direkt k tebi kdaj namesto do urednikov?

I: Za dnevne teme ne. Za dnevne teme se morajo z uredniki pogovarjati.

V: Aha, je tako določeno.

I: Mislim, lahko pridejo k meni. Ni noben problem, da poklepetamo. Ampak načeloma moja naloga je, da prihajajo k meni, da zmeraj vem, kdo se še s čim ukvarja poleg tega kar bo danes na sporedu. Druga stvar, ki je zame zelo pomembna je, da tudi v dnevnem ritmu, kadarkoli pridejo do mene, ko izvejo, kaj pametnega in je fajn, da jaz vem; ali pa da mi povejo, da so zvedli nekaj, ampak tega žal ne moremo objaviti, ker ni dovolj argumentov, ni dovolj dokazov, je pa lepo da jaz vem.

V: Pa probate najti argumente in dokaze?

I: Ja, seveda.

V: Tudi s tvojo pomočjo in tvojimi viri?

I: Včasih, ja.

V: Je kdaj v oddaji objavljeno kaj, kar je nekdo naročil in plačal?

I: ne.

V: Nobenih trženskih stvari ali pa sponzorskih?

I: Ne. V 24urah ne.

V: V celotni oddaji?

I: V 24urah ne.

I: Nima cene, neplačljivo je. Ne moreš ovrednotiti tega sploh.

V: Česa zdaj?

I: Da bi nekdo rekel, jaz bi pa rad imel prispevek v newsu. Plačam vam kolikor hočete. Ali pa da bi nekdo rekel, pri vas bom v letošnjem letu zapravil 5mio evrov ampak hočem, da sta dva prispevka. Ampak dejstvo je, da so, ne bom rekel pritiski, da so želje kakšnih oglaševalcev, da bi objavili tudi v 24urah, pa da pridejo iz trženja. Ne bom rekel da ni takih želj, takih želj je ogromno. So pa redkokdaj uslišane. Zato ker moramo mi na koncu dneva odločit se, o tem, kar bi oni radi vidli, ali ima kaj vrednost novičarsko ali je to samo nek interes, ki nima kaj delat v 24urah.

V: Kaj pa kakšen popin?

I: V popoju je približno ista zadeva, tam so pritiski večji, več je interesov. Vsak glasbenik ima svoj interes, da je tam, vsak praktično, ki izda svojo knjigo piše, vsak ki koncerte prireja. Vsak ki filme vrti, oddaja je kratka, ampak jaz mislim, da se na koncu dneva po svoji vesti dela relativno dobro.

V: Kdo pa vpliva na tvoje odločitve, kaj bo notri v oddaji, kaj se bo v oddajah objavljalo ali ne?

I: Ja vi, moja okolica.

V: Okolica? Dotičnih oseb, v bajti, izven bajte pa ni? A je še nekdo, ali recimo generalni director pride do tebe za kakšno vsebino pa reče, tega ne bo, to bo?

I: Ne. Ne. Zato ker če bi kdo prišel k meni, moj nadrejeni ali pa moj lastnik in bi rekel, da bi moralo biti nekaj objavljeno in bi jaz rekel, lej, če bom jaz to objavil, bomo šli v franže. Ali pa če bom to objavil, me nihče ne bo gledal. Če se na koncu zgodi, da nas nihče ne bo gledal, kdo bon a koncu potem odgovoren za to? Jaz ne bom, nekdo drug. To gre po hierarhiji. Nikjer ni v kulturi našega biznisa ne moreš tako delat, samo jaz sem odgovoren za nekaj. Moj director ni odgovoren za to, kaj je objavljeno v newsu, moj director je odgovoren, da ima news dobre ratinge, moja odgovornost pa je, da jih pripeljem. Ker če ne bi jaz lahko delal karkoli, pa ne bi bil za nič odgovoren. To pa je brez veze.

V: Torej oni se ne vtikajo v vsebino?

I: V vsebino ne.

V: Nikoli?

I: Ne, mi se pogovarjamo, seveda. Mi imamo enkrat ali dvakrat letno ampak člani kolegija, ki se pogovarjamo o strateških usmeritvah našega podjetja. Kjer se pripovedujemo, kaj so stvari, ki jih bomo mi delali. Kdaj, kaj bo tisti, kar dela poptv poptv, kanal a, kanal a. Kakšne so osnovne predpostavke, katere oddaje hočemo delat, katere formate hočemo delat. Če kje ugotovimo, da imamo s kakšnim formatom težave, je to seveda lahko brainstorming za to, kaj bi lahko izboljšali, kako tega ne bi izboljšali. Ampak to je na nivoju brainstorminga in nekih strateških usmeritev, ki jih pa že spet moram jaz sprejeti za svoje, če se jaz z njimi ne strinjam, bo po moje. Če ne bo rezultatov, me bodo pa lahko zamenjali.

V: Torej, nek glavni kazatelj so ratingi?

I: Je gledanost.

V: Ja.

I: Ja. Mi moramo biti, daleč, najbolj prepričljivo najbolj gledala oddaja. Drugače sploh ne vidim nobenega smisla, zakaj bi delal oddajo, če ne bi hotel biti prvi. Ni moja želja delat, ni moja želja delat, pa tudi moj cilj ni delat najbolj gledane oddaje za ljudi starejše od 55 let. Ni moj cilj ali pa moja želja delat oddajo, ki bo najbolj gledala med visokoizobraženimi ljudmi. Ni moja želja ali pa moj cilj delat najboljgledano televizijsko oddajo za ženske stare od 18 do 30 let. Moja želja in cilj je, da je to najbolj gledala oddaja v celotni populaciji.

V: In temu prilagojena je vsebina.

I: Seveda.

PRILOGA B: Prepis intervjuja z dnevno urednico (15. 1. 2014, 12:30)

V: Kako zgleda tvoj dan, ko si urednica? Od jutra do večera; oz če se že zvečer začneš pripravljati; kdaj si pripraviš plan dela, kje zbiraš informacije...

I: Ja, ponavadi že prejšnji dan pogledam, kaj se dogaja. Na kakšnem STAju pa to, recimo STA uporabim res za take, zelo grobe dogodke, da vidiš v bistvu kakšni so dogodki. Kateri so dogodki, ki jih ne smeš zgrešiti. To malo pogledam. POtem pa ostalo v bistvu vedno probam stuhtat, vsaj jaz tako delam, da jaz ponavadi vedno probam si; moj cilj je, da mam, takrat ko sem urednica, vsaj eno svojo zgodbo. Se pravi, da mi ne sledimo samo dogodkom, ki se dogajajo ampak jih recimo kreiramo, ustvarjamo dogodke. Pol ko razporedim ljudi, ko rečem, kdo bo kaj pokrival od teh dogodkov, ki so pač obvious, recimo večino časa porabim prav za te naše zgodbe, ki jih sami odkrijemo in jih sami delamo in jih sami pač tudi postavimo na agendo.

V: Pa jih odkrivaš ti? Ali novinarji?

I: Recimo, da v vsakem turnusu so sigurno ena do dve zgodbi, ki jih jaz prinesem in jih potem dam novinarju.

V: Ki jih dobiš od svojih virov?

I: Ja, lej, jaz sem tudi dolgo delala kot novinarka, imam s svojimi viri še vedno ful dobre odnose, stike. Tudi takrat ko nisem v službi, ko sem fraj, pač še vedno pazim, da imam to mrežo, pač da ohranim stike, da sem na tekočem, kaj se dogaja in da ta social network gradim naprej. Pa pol tudi odvisno kakšna zgodba je in jih pol dam novinarju, ki se mi zdi, da je za to najbolj...

V: primeren.

I: Ja. To je to...

V: Potem pa sestanek...

I: Ja, v glavnem to je to. Jaz če imam kak dober dogodek, pa če mam kakšno fajn zgodbo, potem razmislim, kako bi jo naredila. Potem sem pa v bistvu zelo mirna. POtem imam zjutraj sestanke, razporediš ljudi. Ena od stvari, ki se jih jaz zelo držim je, včasih se iziide, včasih ne, da ne silim, da ne dam na kakšne dogodke ljudi, ki vem, da jim to ful ne ustreza. Pač se mi zdi, da je to en tak zelo pomemben del, ne, da znaš zmenedgerirat, da daš ljudi točno na teme, ki jim ležijo. Zato ker če ga daš na temo, ki mu ne leži, ki nima pojma o njej, bo on nezadovoljen, pa ne bo dobro narejeno. Zato včasih cello kaj spustiš, zato, da so ljudje na tej poziciji, ki morajo biti, izberem takšno zgodbo, ki jim paše.

V: Ali pa kakšno zgodbo prišparaš za kakšnega novinarja?

I: Ja, tako, mislim, saj pravim, ne iziide se vedno po planu ampak saj zato. Maš, recimo, meni so veliko vredni ljudje, ki jih lahko daš kamorkoli. Veš recimo, maš ene specialiste, ki veš, da ti bodo delali vrh oddaje, ki ti bodo delali prve zgodbe, ampak maš pa ljudi, ki karkoli jim daš, bodo naredili super. In se mi zdijo ful vredni, čeprav mogoče tega ne čutijo tako. Ampak ...ok, maš sestanek, razporediš delo, in nič, potem je dosti, v bistvu je nekaj praznega teka. Kar po mojem te ne sme zavesti. Tako, v bistvu, jaz se vedno trudim, pravim, če se da, vedno se ne da, news mora biti narejen tako kot prispevek. A veš, ne more biti news sestavljen iz 30 različnih enot, ampak je ful fajn, če jih v bistvu kot zgodbo pelješ. Da se navezuje na drugega, to je fajn. Potem malo si tudi zbiraš, to kar boš objavil. Recimo je ful pomembno to, da se tvori eno celoto. In se mi zdi fajn, ne iziide se vedno ampak dostikrat se iziide in takrat je ful v redu. To je ena stvar, druga stvar je pa recimo, da jih razbijam s kakšnimi živimi vklopi, to, da najdeš to formo. In tretja stvar, ful moraš biti, še vedno moraš imeti toliko rezerve, da si odziven, če se kaj zgodi pol. Da maš človeka za poslati, da znaš stvari obrniti. Tako da jaz ful rada delam z ljudmi, ki jih ni strah improvizirati. Da je samo uno, gremo, akcija. To je to. V bistvu pa ...pa še eno se mi zdi ful pomembno je to, da recimo pravim, mi smo osrednja informativna oddaja. Mi smo pač ta primat, pred tolikimi leti hvala bogu vzeli dnevniku, mi si v bistvu ne moremo privoščiti, da naredimo oddajo, ki ni odraz tega, kar se je dogajalo tisti dan. Tako včasih so kakšne težnje, da narediš samo o tem ali samo o tem, ali pa da ene stvari kar to, pa ne bo...mislim, da glavne dogodke, ki se dogajajo doma in po svetu moraš imeti v oddaji. Ker so ljudje, ki niso taki newsfreaki kot mi, ki pač ne gledajo cel dan po internetu ampak zvečer gledajo oddajo. In takrat hočejo videti, kaj se je zgodilo.

V: Pa se o tem posvetuješ tudi s Tomažem Perovičem? O stvareh, ki bodo dnevno notri?

I: V bistvu se z njim posvetujem...ne, jaz mu v bistvu povem, kaj mam pa če on misli, da bi kaj mogli meti, pa tega ne vidim, reče, ti, kaj pa to.

V: Reče on?

I: Ja, reče on, ti, a to bomo šli in to. S tem, da se mi zdi, da imava kar zelo podoben, podobno gledava na te stvari. JAz pravim, da ne mores...ene stvari, eni so dogodki, ki jih ne smeš in ne mores zignorirat. Jaz mam rada hard news. Jaz mam rada, da smo hard, da mamoro poročila, ki so tko, hard, ki so pa mogoče malo drugače narejene, tako da zanima vse ljudi. Ja in to. Potem pa se mi zdi da...ful pa mi recimo...poslušam novinarje, če imajo dobre ideje in voditelja tudi. Jaz vem reicmo, včasih mi smo cel tu. Si ful noter, včasih bi ti ful koristilo, če bi lahko se odmaknil, stopil korak nazaj in tako pogledam in rekel... pa saj to...ne...in voditelja prideta ob 2h, sveža in imata mogoče, dostikrat imajo voditelji tudi dobre ideje. Ti, kaj pa če bi drugače. Tako da se mi zdi, da ob 2h, ko prideta, mam jaz že špuro narejeno, ampak se absolutno, pač če so dobre ideje jih sprejemem, ...

I: Ampak recimo, po 5, 6 uri pa ne pustim več demokracije. Dovolj zajebancije, pa izmišljanja, pa da bi to, pa uno. Zato ker eni ljudje so ful nagnjeni k temu, da začnejo, kar malo bi oni urejali in malo jim pustiš, če so konstruktivne, potem tam po peti uri pa ni več kontruktivno, ne popustim več, takrat se pa odločam sama.

V: Kaj pa ko so novinarji na terenu, si z njimi v kontaktu? Koliko jim pustiš proste roke in koliko je tvojega v njihovih prispevkih?

I: Jaz vedno izhajam iz sebe. Jaz vedno pravim tako. Jaz vedno naredim tak news kot bi ga jaz gledala, če sem doma. Vedno naredim news po svoji podobi. Kar mogoče včasih ni v redu ampak jaz sem pa tak tip, mene vse zanima, ful. Jaz potem hočem imeti čim več stvari in čim bolj novih. In potem tako...bolj kot so sveže, boljše so. In čim več novega, kar še ni bilo, je čim boljše. Novinarji...zakaj vedno pravim, da izhajam iz sebe...jaz ko sem bila novinarka, meni je bilo fajn se pogovarjati z urednikom, če mi je imel kaj pametnega za povedati, ni mi pa bilo všeč, če se mi je kdo preveč vtikoval. Mam kakšne novinarje, ki jim zaupam ful in jih ful pustim pri miru, vem točno, da ko bodo kaj rabili, bodo vprašali. Zdaj jaz ne vem točno, kako oni to jemljejo ampak jim pustim ful svobode. Zato ker jaz sem bila ful vesela, če so me pustili. Maš pa ful novinarjev, ki delujejo ful samozavestni, pa v bistvu niso tako samozavestni in z njimi se kar pogovarjam; maš pa kakšne, ki ful rabijo in se z njimi moraš ful pogovarjat. Tako zelo, različno.

V: Pač od novinarja do novinarja različno.

I: Ja, tako ful. Pač tu mi je fajn, da lahko rečem redaktorju, daj se ti s tem pa s tem ukvarjaj in to mi je najbolj fajn, da se lahko na redaktorja zanesem. In rečem, glej to so teme, ki jih jaz, niti mi niso blizu in niti jih ne štekam dobro, mislim, se ne poglobim, daj se ti.

V: Aha, delo si razdeliš z redaktorjem.

I: Ja, se mi zdi fajn, da se zмениš, kaj kdo dela.

V: Kdo pa ali kdo vpliva na tvoje odločitve o tem, kaj bo v oddaji?

I: V bistvu vsi. Na moje odločitve vpliva, upam da v pozitivnem smislu, valda vpliva. Glede na to, da imam otroka, pa hodi v solo, pa tako, sigurno sprejemam neke informacije iz tega okolja in si rečem, u, to pa je mogoče zanimivo. Ampak recimo mam prijatelje, s katerimi se dobimo in rečejo, ti, kaj pa to, kaj pa to. A veš, pogovarjaš se z ljudmi. In imaš ljudi, ki ceniš njihova mnenja in jih poslušáš in sigurno nate to vpliva ali hočeš ali ne. Vpliva toliko, da rečeš, a mogoče bi pa morali še malo več tega. Mislim, da vse vpliva na to, vse vpliva na tvoj pogled na svet in skozi to delaš oddajo. Zdaj pa da bi kdo konkretno rekel...

V: To mora biti.

I: Ne, to ne. Jaz imam ljudi na katere mnenje ful dam in recimo mi rečejo, lej, kaj pa to in jaz rečem, aha, mogoče imaš pa prav. Je pa res, da meni je v bistvu ful fajn, da ko grem ven iz Ljubljane...mi se več ali manj vrtimo v enem in istem krogu, družiš se z istimi ljudmi, ful mi je fajn, ko grem kam ven in se pogovarjam s folkom, ki ni od tu, ne živi tu, živi drugo življenje. Jaz pravim, da mi živimo tu malo virtualno življenje. In ko se z njimi pogovarjaš, rečeš, shit, to je to. Se mi zdi, da se moraš in kot novinar in kot urednik ful pogovarjati z ljudmi. Ful. Ker potem izveš v bistvu, kaj rabijo in kaj se v bistvu dogaja.

V: Pa se ti zdi, ko gledaš oddaje drugih, ki jih drugi urejajo, da so kakšne stvari, ki jih ti ne bi objavila?

I: Ja, sigurno. Zdaj mogoče niti ni več takih razlik, mogoče med name. Razen pri zunanji. Recimo kakšen urednik ne mara tega hardnewsa zunanje in tako pač in naredi drugače. Meni se zdi, da moraš ljudem, kljub temu, da smo mi komercialna televizija, da vseeno izobražujemo ljudi. In meni Američani, ki niso vedeli da

se sploh kaj dogaja, da obstaja življenje izven amerike, to se mi zdi, da moraš tudi Slovencem povedati, kaj so bistveni probl...kaj se dogaja po svetu. Tako da absolutno. Včasih se mi zdi, da so bile večje razlike med nami.

V: Ko so bili drugi uredniki?

I: Ja, ki so sicer imeli fajn zgodbe, ki pa so meni bolj pasale recimo v neko magazinsko oddajo. Oddaja mora biti kot prispevek, v bistvu moraš imeti notri vse. Od hardnewsa, do zunanje, do kronike, do featurjem, do lepih zgodb, do dobrih zgodb, mislim da moraš imeti notri vse. In če imaš vse, to v bistvu kot zgodbo poveš.

V: Pa imate kakšno skupno uredniško politiko, to objavljamo, tega ne? Se to pogovarjate na uredniških sestankih? Oz kaj vse se tam pogovarjate?

I: Mislim, na uredniških sestankih se pogovarjamo o stvareh, kaj se bo dogajalo ta teden. Mislim, te glavne stvari se že zmenimo, kako bomo to naredili. Potem pa ideje...jaz mislim, da je Tomaž tisti, ki pazi, ki mora paziti n ate stvari, ki se jih dela.

V: Pa če vidiš, da je v oddaji nekaj, kar ti ne bi dala, a komu rečeš?

I: Ne.

V: Pač to je tvoja perspektiva in to je to?

I: Dobro, če je to nekaj ful, da bi me ful razpalilo, bi po moje rekla. Ampak mogoče pa komu drugemu ni všeč, kar jaz dam notri.

V: Je bilo kdaj, da ti je nadrejeni ali pa kdo drugi rekel, da moraš nekaj objaviti, s čimer se nisi strinjala?

I: Če so bile kakšne stvari, daj ono..mogoče so bile kakšne stvari, ki jih jaz ne bi dala noter, pa potem je bilo to ...ni pa bilo, da bi bilo ful proti temu, kar bi jaz, da se ful s tem ne bi strinjala,...ne bi uvrstila. Da pa bi bila, da pa bi me nekdo prisilil, da objavim nekaj, proti čemur bi bila absolutno, to pa po moje, izvoli, jaz tega ne bom objavila.

V: Kaj pa, si kdaj objavila stvari, ki so bile plačane, sponzorske?

I: Ne. Mislim, tako je v Viziti in Popinu so stvari, ki so trženjske.

V: Pa se spomniš, da so bile kakršnekoli sankcije od Tomaža ali kogarkoli drugega zaradi neposlušnosti?

I: Če ga je kdo kaj usral, ti je povedal, lej, to ni bilo v redu ampak sankcije... da bi bile prav sankcije. ...vsi se motimo in vsak naredi kdaj napako. Če pa verjetno ugotoviš, da nekdo dela ful napak pa pač ugotoviš, da mogoče ni za ta job. Tako da bi bile prav sankcije pa ne.

V: Pa se ti zdi, da novinarji drugače obravnavajo urednice kot urednike? A je razlika?

I: Mislim, da se ne čuti. Na začetku, ko sem začnjala, ko sem prišla, so bili trije mačoti...

V: Si bila edina urednica takrat?

I: Ja, niso me ... Mislim, da ni bilo prav problemov od novinarjev ampak bolj od drugih urednikov.

V: Kaj pa glede na staž urednikov?

Koliko časa je že?

I: Ma, to pa sigurno. Veš, vedno moraš si vzpostaviti neko avtoriteto. Ne moreš je vzpostaviti na silo, ampak s tme, da ti pač začnejo ljudje zaupati. Najtežje je ko si bil novinar, potem pa od njih greš in si urednik. Oni se morajo na to navaditi, recimo velika večina ljudi s katerimi zdaj delam, takrat ni delala, tako da je ta pozicija nekoliko drugačna. Nekoga ki je bil novinar s tabo, pa potem postane urednik...jaz mislim, da rabiš čas. Vsak rabi čas in da se dokaže in izkaže. Jaz mislim, da je ful od posameznika, od urednika odvisno, kako se bo postavil. Ni pa tega zaupanja takoj.

V: Takrat je verjetno bilo malo, so te postrani gledali ko si postala urednica?

I: Ja ja, ne, jaz sem bila takrat kot četrta. Rabi jo čas, kakšno leto, dve.

V: Ko ugotoviš, da si predolga, po katerih kriterijih daješ ven stvari?

I: To mi je pa največja muka. To mi je najbolj stresno. Ponavadi dam ven...najprej grem k večercem in rečem a bi vi kaj objavili, kar jaz ne morem dati. Zato ker se mi zdi škoda. Prispevek, ki ga vržeš ven, drugi dan nima več take vrednosti. Saj pravim, najprej daš ven tisto, kar ni nujno vezano na danes. Potem zmenim

se najprej z večerci, če bi lahko oni kaj objavili, in potem kriteriju gre ven. Po tistem, kar ni nujno in kar je mogoče še jutri objavljivo. Mi je pa to totalna muka. Jaz grem po moje največkrat čez, zato ker z največjo težavo to nardim.

V: Dotaknile bi se samo še voditeljev, za katere si pa že rekla, da imajo veliko vlogo ampak do določene ure.

I: Ja, ful majo vlogo, jaz vse njihove dobre ideje sprejemem. Se mi zdi, da smo tim, mi moramo delati kot tim. Do točke, ko je to še konstruktivno. Po eni peti, šesti uri, saj to se ne dogaja vedno ampak včasih se pa še, ko bi kdo še kaj, in takrat zato, da ne ogroziš procesa, rečeš cut, lej, tako sem se odločil, lahko da sem se napačno ampak sem se odločil in tako bo. Če ne lahko zdrmaš potem celo oddajo.

V: Ampak se moraš oz. se naslednji dan pogovoriš s Tomažem o prejšnjem dnevu, kaj je bilo v oddaji?

I: Ja, veš kaj, Tomaž, meni je to fajn. Fulkral je v režiji med oddajo in že vmes reče, to je dobro, to ne. Se. Absolutno.

V: Predelata.

I: Ja, mislim ne zdaj, da greva od prispevka do prispevka ampak dobre stvari, da so v redu, tiste, ki so slabe, da jih mogoče drugače. Pa da reče, oni so meli to, to mi je bilo všeč. Jaz mislim, da je tega še vedno premalo; tudi ko mi novinarjem sporočamo. Jaz recimo na sestanku vedno vprašam a ima kdo kaj za včeraj in so vsi tiho kot ene mone. Vidim, da so, seveda je vedno težko oceniti. Ampak tega mora biti ful, in kritike. Jaz vedno pohvalim pred vsemi, če pa imam kakšno pripombo pa raje povem na samem.

V: Koliko let si že urednica?

I: čaki, od decembra 2003. Konec decembra 2003 sem naredila prvo oddajo.

V: Prej si bila pa novinarka?

I: prej sem bila pa od leta 95 novinarka, potem sem šla na porodniško, potem pa postala urednica.

V: Aja po porodniški si postala urednica?

I: sem bila še malo novinarka pol leta, potem sem bila pol pol, tri dni na mesec urednica, ostalo novinarka, delala sem oboje. Potem pa v enem trenutku sem pa postala ful time.

V: Kaj pa še pred popom?

I: ? časopis

PRILOGA C: Prepis intervjuja z dnevnim urednikom (22. 12. 2013, 12:00)

V: Novinarska pot – delal si v vseh treh medijih – tiskanih, na radiu in na televiziji; kaj si začel

I: 4, pet let sem delal v notranjepolitični redakciji Dela, pet let na tedniku Mag, od leta 2000 na poptvju, vmes pa sem bil dve leti na radiu Slovenija – 2006 in 2008

V: Kako zgleda tvoj dan ko si urednik; od kje črpaš informacije, kdaj si sestaviš plan dela?

I: Včasih se na kakšno oddajo človek začne pripravljati tudi že kakšen teden prej. Sploh če so kakšni prazniki ali pa kakšni veliki napovedani prelomni neprelomni dogodki. Državni prazniki, proslave, obiski tujih delegacij, tujih pomembnih ljudi. Na običajen dan se pa ponavadi začneš pripravljati dan prej, dva dni prej, tri dni prej; spet odvisno ali gre za delovni dan, ki je naslednji dan ali za vikend, ki prihaja. Ker za vikend je malo manj ljudi v službi, vedno manj ljudi v službi,

V: to pomeni, da se z novinarji med tednom dogovoriš za vsebino?

I: To pomeni, da se z novinarji med tednom dogovorim za vsebino, poleg tega se z dežurnimi novinarji skušaš že malo prej pogovoriti o tem, kaj bi delali za vikend. Ker je za vikend težje dobiti sogovornike in jih je včasih treba iti že kakšen dan prej razen če ni kak dnevni vikend dogodek, kjer so vsi sogovorniki tam. Od kod črпам Eno so viri, ko dobiš kakšen namig, obvestilo. Drugo so pogovori s sodelavci; ali so to drugi kolegi uredniki ali so to novinarji, ki spremljajo neko zgodbo in se potem pogovarjamo, tole bi pa potem lahko nadlajevali zgodbo, tole bi pa delali naprej. Tretjo so pač neki napovedani dogodki, ki pridejokot obvestila po staju ali pa po mejlu. Skos bolj pomembno pa postajajo družbena omrežja – ko na twitterju, na facebooku, se nekaj zgodi ali se pa nekaj napove, da se bo zgodilo. In je seveda treba tudi to vključiti. Tako da je vleiko več the virov, seveda tudi kdo pokliče kdaj, s kakšnim namigom.

V: To so viri, ki si jih zbral že kot novinar?

I: ja, poleg tega, da tudi kakšen gledalec kdaj pokliče in reče, jaz bi pa mela tole zgodbo; ali pa jaz sem pa gledala tole zgodbo, zdaj pa imam jaz še svojo plat zgodbe oz. nekaj za dodati. In če se odločimo, da bi bilo zanimivo, gremo lahko tudi to naredit.

V: Ko pa je dan že, imate zjutraj sestanek, stvari dodelate?

I: Ja, potem se pač tko, natančneje dogovorimo, koga bi se splačalo iti posnet, koga bi rabili za sogovornika v tej zgodbi. Na the sestankih ima seveda še kakšen drug sodelavec kakšno idejo, a ne, za to zgodbo ali pa za kakšno drugo. Tako da je tudi timskega dela kar nekaj.

V: Pa potem, ko so novinarji na terenu, si z njimi v kontaktu? Jih usmerjaš, jim pomagaš?

I: Ja, saj to se v glavnem...mislim, če so neke zgodbe, ki so preproste in so zjutraj dogovorjene in se ne razvijajo, je potem ponavadi že dovolj, da si izmenjamo ene tri, štiri smse in je stvar adacta. Če je pa neka developing story, zgodba, ki se šele razvija, nastaja, je pa seveda veliko več tega. Pa telefonov, pa z redaktorjem, pa s človekom na terenu, pa potem je verjetno še koga treba poslati na teren, pa je vedno več ljudi vpletenih v to zgodbo; tako da čisto odvisno. Ene zgodbe so zelo preproste, ene zgodbe so na koncu, ko jih povemo tudi zelo preproste, samo je pa zelo komplicirano priti do, zelo kompliciran je potek dela, da se ta zgodba sestavi. Ker je veliko dela, veliko telefonov je treba obrniti, veliko smsov je treba poslati, veliko ljudi sodeluje in tako naprej.

V: Pa je odvisno verjetno tudi od novinarja koliko si ti vpleten? Ali ne?

I: Ja, ja seveda. Mislim, ne. Vedno en drugemu skušamo pomagati no. Tudi nekdo, ki je že dvajset let v novinarstvu, mu še zmeraj lahko pošlješ kakšen nasvet, ker on na terenu ne more vedet vsega, sem pa se mogoče malo bolj stekajo informacije, kakšen pa pač... Mislim, nikoli nikogar, sploh v takšnem primeru, ko so večje zgodbe, nikoli nikogar ne pustimo samega. In oni nas ne pustijo same, nas vedno obveščajo, da mi lahko razmišljamo tu, kaj bi se še dalo posneti, pa koga bi se dalo, ker se zgodba odpira, a ne. Kam gre zdaj ta veja, kam bi lahko šla še naprej in koga bi lahko imeli še za sogovrnika za dodatek k tej zgodbi, za nadgradnjo te zgodbe, za neko novo zgodbo ali kakorkoli.

V: A obstaja kakšna skupna uredniška politika? A imate uredniki nekako zmenjeno to se objavlja to se ne objavlja?

I: Mi imamo pač uredniške sestanke in tam se pač dogovorimo, kaj bomo delali Imamo pa pač odgovornega urednika, ki je skupna uredniška politika.

V: Na koncu se pač z njim posvetujete.

I: Tako.

V: Tudi dnevno?

Ja, ja seveda.

V: medtem ko se ureja oddaja?

I: Ja ja. Mislim, kakor je. Včasih tudi že za kakšno stvar prej. Ali se nam nekaj zdi dovolj zanimivo... vedno se postavimo v vlogo gledalca ali bo ta zgodba toliko zanimiva za gledalca, ali je za gledalca dolgočasna in je potem vseeno, če te zgodbe nimamo. Ker je boring, ker je dolgočasna, ker ni zanimiva; ker nima the gledanosti... kar mi mislimo, da bi bilo zanimivo. In včasih dva človeka vesta več kot en človek in potem se pač posvetujemo.

V: Pa je kdaj tako, da ti odgovorni urednik, to se pravi Tomaž, naroči, kaj mora biti objavljeno v oddaji?

V kakšnem smislu naroči?

V: Ja ne vem, to moramo iti naredit. Kakšen dogodek, kakšno...

I: Pa ne vem, če je to kakšen kao ukaz, to moramo iti naredit. Ponavadi je tako, da si rečemo, lej tole bi bilo pa fajn, tole bi bila pa dobra slika, tole je pa dobra zgodba. A veš, da te nekdo opozori, da ima on tudi svoje vire. MOgoče je kje na internet kaj videl, kar mi še nismo opazili.

V: Kaj pa kakšne plačane zgodbe?

I: Plačane?

V: Pridejo kdaj slučjano noter? Kaj naročeno, kaj sponzorskega?

I: nič ne bi vedel o tem. Mislim, v kakšnem smislu plačane.

V: Da je nek dogodek, ki ga pokriva nek naš sponzor oziroma nekdo, ki objavlja v našem program..

I: Mislim, da ne.

V: Nisi imel takih situacije.

I: Ne. Mislim razen tega, kar je bilo crosspromotion. Da mi delamo reklamu temu, kar je po naši oddaji. V tem primeru Gostilna išče šefa; da je potem v popinu kakšna zgodba iz zakulisja, ki potem vzpodbudi gledalce, da gledajo gostilno. Ali pa da imamo povzetek, če se je prejšnji dan, kaj zanimivega dogajalo. Ali pa včasih smo imeli ob četrtkih, ko so bila še Trenja, vedno tudi v oddaji 24ur vedno kakšen prispevek, ki je bil iztočnica, za to, kar se je dogajalo v Trenjih. Da smo rekli, seveda v oddaji trenja pa več o tem, ne zamudite.

V: Kot je zdaj Preverjeno.

Kot je zdaj Preverjeno. Tako, da to. Delamo za to, kar pač naša hiša producira, proizvaja.

V: Ali opaziš kdaj pri drugih urednikih, da objavijo kakšno zgodbo, ki je ti ne bi?

I: Ma ne, težko, če bi se spomnil, zdaj tako iz... Ta hip se ne bi spomnil nobene. Ne.

V: Pa se ti je že kdaj zgodilo, da je tvoj nadrejeni želel, da vztrajaš z neko temo, s katero se ti nisi strinjal? Recimo, ki so jo prejšnji uredniki; ali pa se je izpela oz se je tebi zdelo, da se je izpela, pa bi vseeno moral nadaljevati

I: Kaj pa vem. Glede na to, a veš, mi imamo vsak dan tu 30 zgodb. In zdaj že, če pogledamo za en teden nazaj, je to sedem krat 30, 210 zgodb se spomnit. Zdaj pa da bi se spomnil, če se pogovarjamo o roku zadnjih 14 let, pojma nimam. Majke mi.

V: Pa se spomniš morda kakšnih sankcij odgovornega urednika, če so bili morda uredniki neposlušni?

I: Ne. Ne spomnim se. Spomni me ti.

V: Ne vem, sprašujem.

I: Ne vem, mislim, če...

V: Ne, jaz samo sprašujem, ne vem.

I: Ne...

V: Pa se ti zdi, da novinarji drugače obravnavajo urednike kot urednice?

I: Ne vem. Mislim, a veš, tukaj na popu; takrat ko sem jaz urednik, nimam veliko kontakta z urednicami. Jaz v bistvu najmanj od vseh ljudi v tej hiši vidim drugi dve urednici; ker se pač naši turnusi ne prekrivajo. Tako da kaj se dogaja tiste dneve, ko so one urednice, zelo težko rečem.

V: Potem mi vejretno niti ne znaš odgovoriti kako je s tem glede na staž?

I: A da bi spol bil problem, mislim da ne. Je pa dejstvo, da je ta poklic, zlasti pri nas, zelo feminiziran, v vseh pogledih. Razen tega, da imamo odgovornega urednika, v vseh drugih profilih prevladujejo ženske.

V: Tudi med uredniki.

I: Tudi med uredniki.

V: Pa še to, ko imaš predolgo oddajo, preveč vsebine, po katerih kriterijih se odločaš, kaj daš ven?

I: Po kriterijih: prvič kaj je zgodba, ki je..ne bom rekel večna, zgodba, ki je lahko objavljiva tudi naslednji dan. To se pravi, če je nekaj dnevna zgodba, jo pač tisti dan želiš objaviti. Ker če ni...naslednji dan je že zastrela, za stran vrči. Če imaš pa zgodbo, ki je fajn, pa ni nič škode, če jo preložiš na drug dan, potem pač to preložiš na drugi dan.

V: Samo dnevna zgodba, je kriterij. Kaj pa če so vse dnevne?

I: Ja, potem se pa pač moraš ...mislim, saj niso vse dnevne. Nikoli se ne zgodi tako. Vedno se najde zgodba, ki jo lahko preložiš, ali pa se pač dogovoriš z večercem, če je lahko tista zgodba, ki je sicer dnevna zgodba, objavljena zvečer.

V: Kako se ti odločiš oz. kdo ti pomaga pri tem, da se odločiš, kaj gre na prvo mesto v oddaji? Imajo tu kakšno vlogo voditelji?

I: Ja, saj se pač pogovarjamo z voditelji, kaj bi bilo, katera zgodba, katera tema, kateri sklop teme, bi bil za gledalca najbolj zanimiv.

V: Se pravi, ti si v glavi že narediš plan, potem pa se še dogovoriš...

I: Ja, potem pa se na sestankih ali pa ne na sestankih, saj se ves čas pogovarjamo, saj sedimo eden zraven drugega, tu je veliko timskega dela, veliko pogovarjanja.

V: Pa so tudi nesporazumi? Ko bi ti dal nekaj, voditelji pa drugo?

I: Ma niso to nesporazumi, to so pač različne; mislim vsak ima pač neko svojo, v glavni neko svojo idejo, kaj bi bolj potegnili gledalca. Potem se pač o tem pogovarjamo in z argumenti pridemo do neke odločitve. Na koncu mora biti neka odločitev, saj ne moreš ti začeti z dvema zgodbama. V časopisu je to malo lažje, tam daš pet, šest zgodb na naslovnico, pri nas pa na prvi minuti moraš začeti z eno zgodbo. To je to.

V: Hvala lepa.

I: Prosim.

I: Naši šefi niso člani nobene politične stranke, zato pri nas ni prekucavanj zaradi političnih vsebin.

I: Pri našem poslu si vedno pod časovnim pritiskom in velikokrat se moraš v štirih sekundah za nekaj odločiti. Je pa to, kaj je oddaji velikokrat odvisno od tega, s kom delaš – katere novinarje imaš na razpolago; časovna stiska, pomanjkanje ljudi.

I: S toliko ljudmi hitro pride do napak oziroma do netočnosti; vedno si enkrat premalo pregledal tekst tudi če si ga štirikrat.

I: Tudi poenostaviti moraš stvari, da so gledalcu v tako kratkem času kot ga ima prispevek na voljo razum.

PRILOGA Č: Prepis intervjuja z novinarjem (12. 12. 2013, 17:00)

V: Kako najdeš pravo mero, ko delaš prispevek med tem, da govoriš resnico a nisi preveč subjektiven?

I: Vedno govoriš resnico.

V: To že ampak za prispevek moraš biti načeloma do teme neopredeljen, vendar že izbira teme, kadrov, sogovornikov je subjektivna. Kako najdeš pravo mero?

I: Saj že izbira teme je subjektivna pol.

V: Kako pa izbiraš temo pol?

I: Ja, tisto, kar je zanimivo.

V: Verjetno je še kakšen drug kriterij kot samo to, kar je zanimivo.

I: Tisto, kar mene zanima, grem jaz delat. V skoraj 90% primerov.

V: Pri vseh urednikih?

I: Ja.

V: Pa ti vsi dovolijo?

I: Ja. Načeloma, 90% ja. Dostikrat se te moje želje pokrivajo z željami urednikov.

V: Se zmeniš že dan, dva, teden dni prej, kaj boš delal?

I: Ne, ful redko.

V: A potem se dnevno odločiš?

I: Ja, ali pa kakšen dan prej mogoče. V bistvu je fora, da zjutraj, ko si na poti v službo ne veš; mogoče v najboljšem okviru približno veš, kaj boš delal.

V: Kdaj pa potem dejansko izveš, kaj boš delal oz. kako bo to izpadlo?

I: Zmeniš se na uredniškem sestanku, potem pa sproti vidiš, kaj se bo zgodilo. Hipotetično, če imaš neko temo, probaš iti na nekih šest sogovornikov, ker veš, da boš dva ziher dobil, potem pa vidiš, koliko jih dobiš. In potem tudi temu prilagajaš temo.

V: Pa si vmes v navezi z uredniki?

I: Boljše, da ne. (smeh) Ne, načeloma ja. Že zjutraj, ko si sogovornike izbiraš, se pogovarjaš, kateri se ti zdijo kul, kateri imajo kaj pametnega za povedat. Potem pa načeloma je to tako, da te potem ne vidijo, dokler ne rečeš nasvidenje in je vse online. (op. v žargonu poptvja to pomeni, da je vse narejeno in pripravljeno za v eter)

V: A se ti vmešavajo v prispevek, v tekst, v karkoli?

I: Ne. Jaz v bistvu edino, ko imam kake take stvari, ko imam občutek, da bi lahko kdo ocenil, da smo preveč posmehljivi bili do koga, dam za vsak slučaj preverit uredniku ampak načeloma nimam težav s tem.

V: Težav? Da bi se ti vmešavali v prispevek?

I: Ja, ali pa da bi rekli, ne tu si se pa preveč zezal ali kaj takega.

V: Pa se je to spremenilo z leti? Ali že od štarta se ti ni nikjer nihče vmešaval?

I: Ma, v bistvu že od začetka, ne to, da se vmešava, ampak ti proba pomagati. A veš. Pokliče koga, pokliče tega, pokliče tega. Mogoče ti bo ta pravnik bolj plastično povedal, kot ta, ki je dolgočase. Mogoče je ta večji strokovnjak za procesno pravo kot ta ki je ustavni pravnik; mogoče ti bo ta na politiko boljše komentiral kot ta. To ti pomaga, je na ta način tudi neke vrste vmešavanje ampak v bistvu v začetku ti niti ne veš tega, kako bi drugače naredil. In v bistvu se mi zdi, da včasih smo imeli predvsem to srečo, da so pač in uredniki in starejši kolegi ful pomagali, izmenjevali telefonske številke in ideje in tako naprej. To v bistvu ni samo toliko vpliv urednika, kot je zjutraj na sestanku cello neko vrenje. In ko ideja padejo z vseh strani in če potem to dobro prefiltriraš ,dobro izpade.

(Zdaj bom čim več goovril, da boš mogla čimveč tipkat)

V: Rekel si, da teme bolj kot ne sam predlagaš.

I: Ja, jaz zdaj načeloma, paše pod mene vse totalitarne organizacije kot jih jaz vedno zezam pa oni vedno pravijo, da to niso. Vojska, policija, cerkev, tajne službe, banke slovenije. Vse zaprte organizacije, v katerih je po eni strani težko dobiti informacije, po drugi strani so pa ful zanimive za delat. Glede na to, da so najboljše novinarske zgodbe tam, kjer je denar, potem sledimo denarju. In zato čedalje manj delamo vojsko in policijo, pa kakšne druge stvari, recimo banke. To si načeloma sam izbiraš, kaj te zanima. Jaz sicer vem, da mene recimo o vojski in policiji zanima še milijon drugih zgodb, ki mogoče niso tako nacionalno pomembne, ki jih potem niti ne delamo. Saj tudi dostikrat, če gre za moje področje, se grem pogovarjat z urednikom in mu rečem, lej, to je meni ful zanimivo, samo, da nisem jaz preveč v tej zgodbi. A ste vi ziher, da bo to vsem zanimivo? In do zdaj so vedno rekli, ja ja, je, seveda je.

VI: No, saj poskušaš prispevek narediti tako, da je zanimiv širši javnosti.

I: Ja, samo če naredim jaz prispevek o minoretu, kar zanima one štiri ljudi in mene, lahko naredim karkoli, pa zgodba še vedno ne bo zanimiva.

V: Se ti je že zgodilo, da je novinar zavrnil temo iz svojih osebnih razlogov?

I: Ahm... Mislim, nikoli ne veš. A veš. Nikoli ti urednik, tudi če bi hotel zavrniti, ne bo rekel, ne, tega, pa ne boš delal, ker ne vem, mam jaz osebne zadržke.

Vedno bo rekel, ja, to je sicer ful dobra tema, jaz bi jo ful delal ampak daj rajši delaj sneg na cestah. Mislim ne dela se to na tak način in to je bilo prej in na Dnevniku in na Delu tako in tudi zdaj verjetno. Noben urednik ne bo šel v konfrontacijo s tabo. Ker ve, da to ni v redu. Tako da vedno probajo najti neke druge možnost, kako delati kakšno drugo temo, ne pa tiste njegove.

V: Torej nisi nikoli se skregal zaradi tega ali pa imel kakšno slabo izkušnjo?

I: Ne.

V: Preprosto si odnehal?

I: Mislim, odnehal. Ja, glej, saj pravijo je – news is what editor says it is. Se pravi urednik ti pove, kaj; on je zato tam. Zdaj če on prevzame to odgovornost, da eno stvar, ki se tebi zdi pomembna, pa pač vsi vejo, da si jo ti predlagal, da se jo dela, pa on pravi, da ni pomembna; potem od prevzame odgovornost, da tega nimaš v newsu. Ti se greš lahko sicer pogovarjat sicer z njegovim nadrejenim...

V: Pa se greš?

I: Ja, ampak če mislim, da bodo kakšne teme sumljive, se najprej pogovorim z njegovim nadrejenim pomenim. In potem uredniki izvejo, kaj bi bilo zelo dobro delat.

V: Pa potem delajo?

I: Včasih se je dobro, kakšne takšne občutljive stvari vnaprej pomenit.

V: Torej to prakticiraš, da se greš najprej pomenit z nadrejenim, torej Tomažom in potem uredniki?

I: Ja, čeprav to sicer ni v skladu s pravili službe.

V: A imamo kakšna pravila službe, da greš najprej do urednika in potem dalje?

I: Ne, saj mi nimamo nič. Pravila službe v narekovajih.

V: Kako se tvoje dogovarjanje z urednikom spreminja od osebe do osebe?

I: (premor....) Vsak urednik ima kakšne svoje specifike in ga kakšne stvari bolj zanimajo, pa o kakšnih stvareh malo več ve kot kakšen drug urednik. Temu nivoju se je treba prilagoditi.

V: Se ti zdi, da so uredniki dovolj razgledani pri nas, pa spremljajo dogajanje okrog sebe?

I: Zelo težko je biti razgledan na povsem vseh področjih. Mogoče so kakšni bolj specializirani za zunanjo politiko, kakšni bolj za notranjo. In temu primerno se potem tudi z njimi pogovarjaš.

V: A urednice spoštuješ v enaki meri kot urednice?

I: Ja, absolutno. To res nima veze.

V: Kako nima, lahko bi bilo...

I: Ja no, včasih so tudi ženske bolj moški kot moški. Ali pa urednice bolj moški kot uredniki, če hočeš, to nima veze.

V: Kaj pa staž urednika? Ali upoštevaš nekoga, ki je urednik že 10 let v enaki meri kot nekoga, ki je to pol leta?

I: Urednik je urednik. Mislim, ti ga moraš upoštevati, nimaš kaj. Je pa res, da mogoče en, ki ima več izkušenj ima pač boljše ideje. Pa potem mogoče zaradi tega tudi boljšo oddajo.

V: So uredniki na poptvju avtonomni?

I: Jaz mislim, da so. Da pa tudi že zaradi sebe, se zelo radi pogovarjajo z direktorjem ali odgovornim urednikom. No, to je pri nas isto – s Tomažem. Ker je pač dobro debatirati stvari, to mislim, da je čisto v redu. Mislim, da se dvakrat na dan, zjutraj pa potem enkrat popoldan, mislim, da se nekaj pogovarjajo; to ti Tomaž lahko več pove o tem, ampak tako se mi zdi, da je to pametno oz. da je to normalen način. A veš da si lahko zaradi tega kakšni uredniki postanejo tudi zelo blizu, ker dosti visijo skupaj.

V: Če se z urednikom glede nečesa ne strinjaš, a greš potem tudi kasneje do Peroviča?

I: Ne. Če se ne bi strinjal, pa ne vem, če sem kdaj to naredil, bi šel direk do njega.

V: Do koga zdaj?

I: Do Peroviča, mislim, do direktorja. Ampak jaz mislim, da načeloma težko, načeloma tisto, kar ti urednik reče je. Res bi moralo biti nekaj zelo grotesknega, da bi šel mimo njega do šefa.

V: Se ti je kdaj zgodilo, da urednik ni hotel objaviti tvojega že narejenega prispevka?

I: Ja ampak zaradi minutaže. Ali misliš zaradi vsebine?

V: ja.

I: Ne, zaradi vsebine ne. (smeh in premor)

V: Ne?

I: Da je bil že zmontiran ne.

(Smeš)

I: Tako si vprašala.

V: Kaj pa na pol zmontiranega?

I: Mislim ne, saj pač, vedno ko čez dan dozoreva neka ideja, ni nujno, da dozori na koncu do prispevka. Ali pa informacije, ki se tebi zdijo zelo zanimive, ni nujno, da se zdijo tudi tvojemu uredniku.

V: In kaj narediš v tem primeru?

I: (skomigne z rameni)

V: Ubogaš?

I: Ja, kaj češ.

V: Se je tvoj odnos do urednikov kaj spremenil v tem času, odkar delaš na popu?

I: Veš kaj, toliko se je urednikov menjalo pri nas, da ...

V: Torej, ja?

I: Ne, ja. Tudi. Mislim, ne vem.

V: V kakšnem smislu?

I: V resnici ne vem. To bi mogel, prej bi kakšen zunanji to opazil. Jaz mislim, da zagotovo se je. Ker na začetku, ko prides, pač ne več največ stvari; potem pa po koliko, sedmih letih, ali koliko je zdaj, pač veš, o kakšnih področjih tudi že več kot urednik. Ozkih seveda, specializiranih. Več ozkih, specialiranih.

Potem pa se pa tudi oni lažje pogovarjajo s tabo. Tudi ti imaš več idej, pa tudi for a je, da veš, koliko stvari se da, na koliko način narediti. Razumeš, vedno, ko se nekaj zgodi – ko so bile hišne preiskave prvič, noben ni vedel, kako se sploh tega lotiti. Zdaj pač kot so že 612. pač že veš, kako ta resničnostni šov gre, kako gre šablona; kdaj bo izjava, kdaj bo kaj; kako sodeluješ s spletno stranjo, z twitterji, facebooki in tako.

V: To torej pride z leti, urednik, ki je to že dal skozi, se lažje obrne.

I: Ja, uredniki so že tako izkušeni, ker v primerjavi s tabo, ki si dal skos 50 hišnih preiskav, so oni dali že 100. In oni točno vejo, ko se karkoli zgodi, niso presenečeni, ampak že točno vejo, kako se dela.

V: Ampak vejretno tudi vsi uredniki nimajo istih izkušenj.

I: No, jaz nisem štel koliko ima kdo od njih hišnih preiskav doma ali pa v tujini za sabo.

V: Se ti zdi, da so uredniki osebno vpleteni v oddajo?

I: Ja, saj to je prav. Saj vsak urednik jasno, živi za svojo oddajo. Saj če ne bi, bi to bil nek birokratski, uredni list. Pač tam ne smeš nobenih čustev pokazati ali pa sta. Saj v novinarstvu je dobro, da jih pokažeš, da se ve, da urednik odloči, kaj je za njega pomembno, mogoče tudi svojim šefom; pa tudi s tem, da nek status. Saj zato jih imamo tam. To je ok.

V: Pa so teme, za katere veš, da jih en urednik ne bo objavil, drugi pa?

I: Mislim, da niti ne.

V: Ne?

I: Mislim, ma ne. Mislim, da ne. Ampak načeloma je tako, da še vedno delamo dost politike, ampak načeloma tudi ostale teme, če so dobro narejene, se mi zdi, da pridejo v oddajo. Če pa enkrat postaneš del velike modrine, potem pa imaš težave pri vseh urednikih.

V: Kako pa postaneš del modrine?

I: Ne vem, mogoče ti bo to Miha Kranjc lažje povedal ali pa tudi jaz včasih. Zihem sem imel tudi jaz že kdaj kaj v plavem.

: pa saj to je tako. Včasih se tebi kakšna stvar zdi ful dobra, pa se ful nakuriš, pa jo ful delaš. In takrat je dobro, da je tudi en odzunaj in ti reče, ni. Lahko sicer objavimo, ampak ni. Ko ti pokrivaš ene stvari, se ti zdijo vse malenkosti mogoče ful pomembne, zdaj pa ne več. Recimo, ko smo delali patrio, smo vsak delali to patrio. Vsak dan, pa ta mitraljez, pa ta mitraljez bo zdaj drugi proizvajalec pripeljal, pa olje pušča pa razumeš, vsaka stvar je bila pomembna. S tem, da pri vsakem kamionu olje pušča ampak se je pač ta zgodba rolala in smo pač se vsi ukvarjali s to patri. In na koncu jaz nisem več sam zase vedel, kaj je meni zanimivo, kaj je doma ljudem zanimivo, takrat rabiš neke ljudi od zunaj; dobro, zdaj pa, dajmo se s stvarmi, ki res štejejo v življenju ukvarjat.

V: Kdo po tvoje, če kdo, vpliva na urednike?

I: Zagotovo vpliva njihov šef. In pa tudi novinarji po drugi strani.

V: še kdo?

I: Kdo še, strici iz ozadja?

V: Ti povej.

I: Ne, ne vem. Vsak urednik ima pač tudi neko svojo družbo, v kateri živi. A je to njegov mož, žena, a so to prijatelji, s katerimi se družijo. Ne vem, če se pač on družijo z veliko zdravniki, potem ima verjetno veliko večji...

V: Dostop do informacij?

I: Ja, dostop do informacij, pa tudi večje zanimanje za neke zdravstvene teme. Ali pa finiteto do zdravstvenih tem. Če bi se več družil z vojaki, bi imel do tega. Zato je dobro, da imaš urednike z različnih področij. Eni se recimo bolj z zunanjo politiko ukvarjajo, pač imajo finiteto do tega. Pač vsak ima kakšno revijo v tujini po kateri se zgleduje. Ali je to time, national geographic ali je burda kakor pač vzameš.

V: kakšno pa se ti zdi razmerje med dnevnimi uredniki 24ur in njihovim nadrejenim tomažem perovičem?

I: kakšno je razmrje?

V: kakšen imajo oni odnos; kako ga vidiš kot novinar opazovalec.

I: v bistvu ti zelo težko to ocenim. Jaz ne vem, kaj se dogaja na uredniških sestankih, ki so za zaprtimi vrati in se oni pogovarjajo med sabo. Mislim načelom, da se v redu pogovarjajo no. Je pa treba vedeti, da Tomaž Perovič določa, kdo so njegovi uredniki. Tako da si je postavil tiste, s katerimi se lahko pogovarja verjetno. Pač to je normalno.

V: Pa se spomniš morda, ali je že koga od urednikov sankcioniral, če ga ni upošteval?

I: A misliš, da ni bil več urednik?

V: Recimo.

I: Ja , ne vem, saj se da pogledati, kdo ni več urednik. Mogoče bi morali vprašati te, ki niso več uredniki, zakaj niso več. Ali pa Tomaža zakaj niso več uredniki. Ampak saj, če ne furajo uredniške politike, ki si jo zamisli odgovorni urednik ali pa direktor, se mi zdi to logično. Saj pač on se mora odločiti, kaj je zgodba, on pač tudi nastavi, zastavi svoje ime pri šefih in za to odgovarja. Meni je čisto logično, da si pač postavlja ljudi, ki so njemu ok.

NEURADNO: Vir je novinarju posredoval dokumente o tem, kako je Janša protipravno pridobil premoženje; povedal za to odgovornemu uredniku, ki je zgodbo ustavil. Čeprav ima novinar v rokah tudi dokumente, ampak ker gre za politično opcijo, ki je očitno odgovornemu uredniku blizu ali na službeni ali osebni ravni, o tem v nobeni oddaji ni bilo govora. Novinar je sicer poslal strankarsko vprašanje politični stranki in na podlagi pridobljenih dokumentov spraševal, a v oddaji 24ur o tem ni bilo govora.

PRILOGA D: Prepis intervjuja z zaposlenim (20. 12. 2013, 15:00)

V: Ti si začel na poptvju kot novinar ...

I: leta 1999.

V: Te si bil redaktor

I: 99 sem začel kot novinar, potem sem šel stran, potem sem pa prišel nazaj 2007 in sem začel kot novinar spet. POtem pa sem leta 2009 začel kot redactor potem je šla pa Tamara v parlament, pa sem postal urednik. Zdaj sem pa od septembra spet novinar oziroma nekaj.

V: Zdaj si novinar?

I: Neki sem.

V: Aha, nimamo opredeljeno?

I: Sem, [ime].

V: Greva nazaj na tiste dni, ko si bil urednik. Kako je zgledal tvoj dan?

I: Ponavadi sem ga začel že prejšnji dan zvečer, ko na hitro pogledaš, kaj se bo dogajalo naslednji dan, približno razporediš delo. Da vidiš, kdo bo kaj počel. Pomagaš si s STAjem, pomagaš si s pogovori z novinarji. Ponavadi že prejšnji dan pokličeš koga, da vidiš, kaj bodo kaj počeli itak ti pa že novinarji sami pošljejo, kaj želijo delati. Zjutraj jaz zelo zgodaj vstanem, ob pol 6, in ko gre žena v službo, ob 6h se lotim tega STAJa in tega, kar se bo tisti dan dogajalo; takrat začnem približno že sestavljati oddajo v glavi. Odprem si google document in notri zmečem, kaj me zanima. Sem pridem pa okrog petnajst do devetih, ko otroke oddam v šoli potem pridem direk sem. Sestaviš približno kaj boš mel, se še pogovarjaš, dopolniš, prepíšeš iz google doca v inews, sestaviš, kaj približno boš mel, kje se bo kaj podupliralo, potem je sestanek ob pol 9.

Po sestanku ob pol 9, na sestanku se še malo porazdeli delo, tisto kar še ni razdeljeno...

V: Ob pol devetih sestanek s kom?

I: Ob pol desetih, pardon.

V: Aha, z novinarji.

I: Novinarski sestanek, ja. Kdo bo kaj delal, ideje še padajo, kaj bi se še dalo delati, kaj dopolnim. Mogoče kaj razširim, da se da dva novinarja na eno temoin tako dalje. Potem je pa v bistvu zelo veliko koordiniranja. Treba je biti na tekočem, vedeti, kaj se ti dogaja na terenu. Zelo veliko govoriti z novinarji, videti ali imajo mogoče za prispevek ali nimajo ali imajo za dva prispevka ali nimajo.

Imamo to, cel dan, skupaj z redaktorjem, si pač razdeliš, da eden nekaj skrbi, da ne skrbiš ti za vse.

V: Se pravi, medtem ko so bili novinarji na terenu, si bil ti z njimi v kontaktu?

I: Skoz, ja. Tudi ko oni končajo kaj, ti pridejo povedat, kaj imajo. Tako da vidiš tudi, katere teme so bolj pomembne, katere manj. Zjutraj ti ni še čisto jasno, maš ja idejo s čim boš začel oddajo, ni pa čisto ziher. POtem čez dan v bistvu ugotavljaš, kaj se spleča razširiti in kaj ne.

Ob dveh je izvedbeni sestanek, tam se v bistvu potem že boljše vidi, s čim boš začel oddajo, kako boš začel. Takrat so tudi voditelji v službi, pa se da tudi kaj pomeniti, tudi njihovo mnenje kako bi začeli. Mogoče kakšnega gosta; tam se v bistvu potem skristalizira, kaj so pomembne teme. Potem je pa v bistvu od takrat naprej koordinacija pa tiščanje novinarjev, da čimprej nardijo, od dveh popoldne. Sodelovanje s tistimi, ki delajo ob petih, da vidiš, kaj bodo oni nardili, potem z večerci, da jim poveš, kaj boš delal, da se malo skordinira. Pa skrbeti, da so vse stvari narejene. Pa napovedi se zelo veliko pregleduje, da se pazi, da se navezujejo ena na drugo.

V: Pa je to tvoje delo? Kot urednika?

I: Ja, tudi. Kot urednik ti moraš skrbeti v bistvu za izgled oddaje; potem pa imaš redaktorja, ki ti pomaga, ti skrbiš za sledosled oddaje, on pa skrbi za sledosled prispevkov. Vse prispevke pregleduješ, da vidiš, kaj bi se dalo izboljšati. Ampak ne moreš vsega sam naresti, zelo veliko si pomagaš z redaktorjem, da ti on pomaga to narediti. Napovednike napišeš, naslove napišeš, teme predlagaš. Precej je potem..manj

vsebinskega dela pa več piljenja. Novinarji večinoma delajo sami, ti pa potem stvari popiliš, da izgledajo čim boljše.

In potem ob 7h oddaja v živo, si zraven, spremljaš, mečeš ven, dodajaš, vklope koordiniraš. IN ko je ura osem greš domov.

V: Ko so novinarji na terenu, je verjetno od novinarja do novinarja odvisno, koliko si z njim v navezi?

I: Ja, maš določene novinarje, ki jih lahko pošlješ na teren in rečeš. Vem, da bo prinesel paket in bo stvar narejena. So pa novinarji, ki je pomembno, da jih imaš pod nadzorom. IN najbolj smešno je, da ljudje mislijo, da so to najboljši novinarji tisti...da tisti, ki delja najboljše teme, da oni rabijo najmanj; pa sploh ni res. Glede na karakter je to. So novinarji, ki ti bodo naredili vrhunsko zgodbo ampak bo mogoče nerazumljiva, to pomeni da si z njim v stiku. Maš pa novinarje, ki delajo neke jolbe, se pravi stvari, ki so bolj ob koncu roundowna in za katere veš, da jih lahko, kljub temu, da to veš, da so to teme, ki ljudem ne zdijo najbolj pomembne, ampak ti naredijo kompletan paket in ti ni treba za njih skoraj nič skrbeti. Je pa res, da jaz kot urednik sem šel čez vse prispevke.

V: Od vseh ljudi?

I: Od vseh ljudi. Najmanj jaz ali pa redaktor, če sem kje ocenil, da bi lahko on šel skos, ampak dejansko se mi zdi pomembno, da od vseh ljudi greš skozi prispevke. In tudi zelo pomembno je, da ob tem novinarji vidijo, da je uredniku pomembno, kaj on počne. Tudi novinarji, ki so delali top teme je bilo vedno tako – lej pridi, pa bova pogledala. Ni noben problem. Pa se je njemu morda zdelo od začetka malo odveč, ampak glej ...

V: to sem hotela reči, kako so pa reagirali?

I: Ja, ne, mislim, mogoče se jim zdi odveč ampak lej, who cares. Jasno je, kdo je na koncu odgovoren za oddajo, kdo se pod oddajo podpiše in prav je, da človek ve, kaj se v oddaji dogaja.

V: Sam si omenil voditelje, kakšna je njihova vloga?

I: ja, voditelji zelo veliko prispevajo k vsebini. Zelo veliko predlagajo, kako bi imeli stvari, kako bi zapeljali, moraš z njimi sodelovati. To so le ljudje, ki so delali, delajo v branži že dolgo, imajo novinarske izkušnje, vejo, kako se stvari zapelje. Njihova naloga ni samo, da bi brali napovedi, oni si jih prilagodijo po svoje, oni si tudi pomagajo s tem, da predlagajo, kaj bi bilo pametno sem dati pa sem, pa da se lažje naveže. Tako da zelo, bistveno bolj pomembna vloga je, kot se doma ljudem zdi, ko gledajo televizijo.

V: Pa ste meli kdaj kakšne kratke stike?

I: Vedno. Kratki stiki se absolutno dogajajo, ampak treba se je zavedati, na koncu si ti tisti, ki se podpišeš pod oddajo, ti si odgovoren. Če je drugi dan oddaja slaba, si ti tisti, na katerega bo vse letelo. Ne bo letelo na voditelje, ne bo letelo na novinarje, letelo bon a urednika. Zato, je urednik tisti, kin a koncu odgovarja. Tudi parkrat je že bilo tako, da je bilo treba z rook po mizi udarit pa na koga zavpit in reči, ne zajejavajte se, jaz sem urednik, jaz bom to naredil. Zelo veliko je the ustvarjalnih crashov, kjer se pač mnenja krešejo. Mogoče če bi kdo gledal od zunaj, bi rekel, da se kregamo ampak to ni to. Gre za izmenjavo mnenje, se pa včasih zgodi, daje včasih pač treba pošizit. Ampak to je bistveno bolj poredko; kot so ti kreativni crashi.

V: Pa kot si rekel naslednji dan, kot si rekel, če je rating slab, si ti odgovoren? Kdo pride k tebi?

I: Direktor, moj nadrejeni.

V: Torej odgovorni urednik?

I: Ja. Odgovorni urednik pride k meni pa reče, glej, rating je bil dober, rating je bil slab. Greva pogledat zakaj.

V: In potem?

I: Pogledamo graf, se dobi od HGB vsak dan dobimo graf, pogledamo po grafu, kje so krivulje padle, kje so zrasle in vidimo, kaj je bilo krivo.

Določene stvari za katere smo mogoče ocenili, da jih bodo ljudje gledali, jih niso gledali, določene stvari, za katere smo mogoče ocenili, da jih ne bodo gledali, so jih gledali. Pomembno je, da imaš konsistentno gledanost. Ja, mi smo komercialni medij, gledanost je pomembna. Je pa tudi nekaj res, niso ratingi zlato merilo. Ker konec koncev smo vsi novinarji, imamo neka novinarska merila, neke novinarske standarde in jaz to načeloma postavljam pred ratinge.

V: Pa šefi?

I: Ja, to, to kako naj rečem, to ni moj problem. Mislim, da jaz kot urednik moram paziti na to, saj sem prepričan, da če bi hotel imeti samo ratinge, daš pač joške in to je to. Joške in celebrities pa šibaš na tak način. To je simple. Ampak konec koncev imamo neko odgovornost do javnosti, da delamo kakovosten novinarski program, da dosegamo novinarske standarde, da jih obveščamo, informiramo in da jim dajemo neko širino.

V: Kaj pa med dnevom, ko si bil urednik, si se tudi posvetoval s svojim nadrejenim?

I: Občasno. Tako, jaz bom rekel, pa skoraj povprečno enkrat na dan. Tako če rabiš kaj, da greš pač skos predebatirat. Predvsem pri the stvareh, pri kateirh nisi ziher. Ko vidiš, da sta dve temi, pa mogoče se ti ena zdi zanimiva, da bi začel oddajo z njo, pa nisi čisto ziher ne, greš pač pa vprašaš – Odgovorni urednik, jaz bi pa s tem štartal, a misliš, da bi ja, ker moji argumenti so to pa to pa to, pa ti potem reče ja ali pa ne. Posvetovanje je, se dogaja, vsaj enkrat na dan. Ponavadi celo večkrat.

V: Pa je vedno na voljo?

I: Bolj kot ne, ja. Urednikom vedno, lahko ga tudi pokličeš, če ... ni razloga, da ne bi bil.

V: Si moral kdaj objaviti kakšne naročene stvari?

I: Ne. Nekih naročenih stvari ne. Tako ti bom rekel, so stvari, ki mogoče se komu zdijo komercialne, so pač neki dogodki, ki jih kdo sponzorira ampak nikoli mi pa ni nihče rekel to moraš objaviti.

V: Nikoli?

I: Ne.

V: Nobenega prispevka, nobene vesti, nobene slike?

I: Ne, mislim, pri vesteh je tako ... Takole bom rekel, nikoli se mi ni zgodilo, da bi jaz imel odpor do česa, da mi je nekdo rekel, tole bi bilo pa treba narest, pa bi jaz imel do tega odpor pa bi v nasprotju s svojimi načeli to objavil. Vse stvari, ki jih objavimo, ne bom rekel, ja, na tak način, imajo neko novičarsko vrednost. Če bi jaz ocenil, da nekaj ni vredno objave, pa bi kdo to naročil mi, bi rekel, veš kaj,

Imamo nekega sponzorja, za katerega bi bilo fino, da gremo pač pokrit nek njegov event, pa bi jaz rekel, a veš kaj, to pa ni vredno, da je na televiziji, tega ne bi objavil.

V: Pa bi rekel to sponzorju ali komu?

I: Ne, to pač ne bi objavil. Jaz se ne pogovarjam s sponzorji. Mi smo odgovorni za svoje novinarsko delo in to se mi zdi povsem prav.

V: In če šef reče, to mora biti?

I: Se mi ni zgodilo. Da bi rekel, to mora biti. Da bi prišlo do tega crasha, da bi nekdo rekel, veš kaj, to mora biti objavljeno, pa bi jaz mislil, da ni vredno. Se strinjam, pride včasih, da kdo reče, ne vem, tvoj nadrejeni; veš to in to podjetje pa ima ta in ta event. A bi mi šli to narest? Jaz s tem nimam problema, it to narest, če ocenim, da je to novičarsko vredno. Če bi šlo pa zato, da bi jaz moral objaviti nekaj, kar ni po mojem mnenju vredno objave, pa tega ne bi naredil.

V: Koliko si se oziral na to, kaj je bilo objavljeno prejšnji dan, kar so uredniki objavili prejšnji dan?

I: Veliko.

V: Imate kakšno...?

I: Ja. Ponavadi je tako, da zvečer urednik, ki je bil prejšnji dan, pokliče, pravilo je, da se zvečer, tisti večer ko pač končaš oddajo pokličeš urednika naslednjega dneva. Razen če nisi to sam. Da se pomeniš, kaj so stvari, ki so bile v pomembne, kaj so stvari, ki niso bile pomembne, kaj so stvari, ki se nadaljujejo prihodnji dan, kaj so stvari, ki se ne nadaljujejo prihodnji dan. Kaj je mogoče ostalo od prejšnjega dneva, kaj bi fajn delati za naprej. Vse to se pač ...

V: Preda se.

I: Tako je, ene 15min se pogovarjaš, oceniš, kaj je tako, pa potem naslednji dan skušaš oziroma temu definitivno slediš. Ker če so stvari, ki se odvijajo naprej, in nekdo roll over naredi, je to treba pokrit.

V: Kaj pa če bi nadrejeni od tebe zahteval, da nadaljuješ neko temo, pa se ti s tem ne bi strinjal?

I: Ne, nisem bil v taki situaciji, da bi mi nekdo rekel, nadaljuj to temo, pa jaz mislim, da ne...

Ponavadi imamo uredniki zelo konsistentna stališča glede tega kaj je vredno objave in kaj ni vredno objave, kaj je tema, ki se jo splača nadaljevati. Tako da lej, jaz, kot rečeno, sledim svojim novinarskim standardom.

In če ti standard pravi, da ja, da to je ok, da je to tema, ki jo je treba objaviti, bi jo objavil, nimam nobenega problema. Ni, tu imamo zelo podobna stališča uredniki. Vsi vemo, kaj je televizija in kaj ni.

V: Se ti zdi, da novinarji na enak način obravnavajo urednike glede na spol?

I: Glede na spol, ni nekih problemov. Če ljudje znajo delati televizijo, znajo delati televizijo.

V: Kaj pa glede na staž?

I: Glede na staž, ja oziroma tako, predvsem, bolj kot na staž glede na performance.

V: To pomeni?

I: Če delaš dobro, te novinarji tretirajo drugače, kot če delaš slabo. Jaz nisem imel s tem nikoli problemov, da bi zdaj rekel, da bi me novinarji čudno gledali, glede na to, da se bil najmlajši urednik. Pa da sem najkrajši staž mel, s tem ni bilo nobenega problema. Ker pač smo delali dobro televizijo in ni razloga, da bi te čudno gledali.

V: Zakaj pa nisi več urednik?

I: Zato ker so ocenili, da... focus groupe so bile narejene, so ocenili, da sem prepoznavno ime, da me ljudje želijo imeti nazaj na zaslonu in sem šel nazaj na zaslon.

V: To je odredil kdo?

I: Odgovorni urednik, direktor.

V: So bile kdaj kakršnekoli sankcije, sankcije odgovornega urednika, do urednikov, če ga niso upoštevali, poslušali?

I: Ne, da bi jaz vedel.

V: Ne?

I: Ne da bi jaz vedel, da so bile kakršnekoli sankcije glede tega. Ker v bistvu je tako. Odgovorni urednik se ukvarja z neko uredniško politiko na neki višji ravni. Ti si pa tisti, ki se ukvarjaš z dnevnim pogonom, tem kar bo dnevno v oddaji. Ti dve stvari sicer morata biti usklajeni oziroma morata biti in line ni se pa še nikoli zgodilo; meni se ni nikoli zgodilo, da bi nekdo rekel, zakaj ste pa to objavili, zakaj pa tega niste objavili. Pač jaz sam nisem nikoli, pa tudi ne vem, da bi kdo mel kakršnekoli sankcije zaradi tega.

V: Mogoče še to, kaj pa uredniški sestanki, to imate enkrat na teden, ne?

I: Enkrat na teden, ob sredah dopoldne so, na njih se pa v bistvu pogovorimo o tem, kaj se je dogajalo prejšnji teden, kaj se bo dogajalo prihodnji teden. Določi se ime tedna, določi se središče, pa prediskutira se stvari, ki so se mogoče zgodile skozi teden, ki bi jih bilo treba prediskutirati.

V: Prisotni pa so?

I: Vsi uredniki, vsi redaktorji, sport, .com, pa odgovorni urednik pa producent.

PRILOGA E: Zapiski opazovanja z udeležbo

Javljanja s terena v živo: Novinar se javlja s terena, da potencira dinamiko oddaje: tema, na javljanju v oddajo, ni tako pomembna, da bi bil vklop upravičen. Gre za manipulacijo.

Javljanja s terena v živo: Novinar vklop opravlja izpred parkirišča pred medijsko hišo, namesto iz kraja dogajanja. Vzrok: ni časa, ne more se vrniti na kraj dogajanja, vendar bi bilo to potrebno in primerno. Iluzija vklopa.

Delovni dan: 1.1 Uredniki in novinarji na jutranjem sestanku govorijo o delu preteklega dne. Izpostavijo, kaj je bilo v oddaji narejeno dobro ter kaj bi lahko bilo bolje. 1.2 Uredniki in novinarji določijo teme, ki jih bodo obravnavali še naprej, in teme, s katerimi so zaključili. 1.3 Novinarji nato predlagajo, katere dnevne teme bi pokrivali. 1.4 Svoje predloge in odločitve o temah sporočijo uredniki. 1.5 Novinarji si izbrane teme in področja razdelijo ter se lotijo dela. 2.1 Sestanek ob 14 h. 2.2 Dnevna voditeljja. 2.3 Obnova tem. 2.4 Novinarji sporočijo, kaj kdo dela, katere informacije so zbrali, kaj jim še manjka. 2.5. Novinarji in uredniki dorečejo, način predstavitve teme v oddaji (samo prispevek, javljanje s terena, zid, zaslon na dotik). 2.6 Katere izjave bodo vključene v posamezne prispevke? Novinar: Kaj je posnel, kaj je poslušal, kaj je pomembno, kaj bi objavil. 2.7 Po potrebi se novinar in urednik o tem dogovorita še kasneje med pripravljanjem prispevka. 3 Novinar sestavi prispevek, ga opremi s slikovnim materialom. 3.1 Posvetuje se z grafičnim oblikovalcem, ki pripravi grafike, če so potrebne. 4.1 Novinar zaključi prispevek, dnevni urednik ga pregleda, svetuje, kaj popraviti. 4.2 Novinar prispevek novinar dokončno uredi za objavo.

Časovna stiska: Novinarji so pogosto v časovni stiski, prispevek pripravljajo tik pred zdajci, zmanjkuje časa popravke že primanjkuje. Urednik zgolj preleti prispevek ali sploh ne pregleda: odloči se, ali bo objavil nepregledan prispevek ali pa ga vrge ven (!! oddaja je sestavljena kot celota, medsebojno se teme navezujejo, prispevki tudi, napovedi tudi, zato se lahko celotni lok oddaje podre). Prispevki se včasih finalizirajo, ko je oddaja že v etru.

Izbira dnevnih urednikov: Odgovorni urednik izbira dnevne urednike, ki imajo podobne kriterije in podobna stališča.

Avtoriteta urednikov: Ni odvisna ne od spola ne od staža

Tabloidizacija: Sprejemljiva do neke mere; uporabniku vsebino predstavi na preprost in razumljiv način. Problem: novinarji zaradi tabloidizacije pozabijo na vsebino in se ukvarjajo le še z obliko, tekmujejo v tem, kdo bo dobil najboljši posnetek, najbolj dramatično izjavo, pozabljajo na vsebino, na resne, pomembne novice. Količina in pomembnost zadev, ki zanimajo javnost, se zmanjšujeta, konvencije poročanja in razpravljanja se usmerjajo v individualno izkušnjo, ki je glavni vir dokazov in vrednosti.

Dnevna urednica: bolj liberalna kot dnevni urednik, omogoča več lastnega doprinosa, večje tveganje.

Dnevni urednik: vedno pregleda besedilo, daje natančne smernice, vpiše vprašanja.

Prepiri med novinarji in voditelji: voditelji želijo preveč poenostaviti napovedi, izpustiti del napovedi, ki jo je napisal novinar, pri tem povsem spremenijo pomen besedila in ne vedo, da ima njihov poseg tak učinek

Sponzorirani prispevki: v Viziti so izdelki in storitve, še pogosteje v PopInu: snemanje znanih na zabavi, ki jo prireja proizvajalec alkoholne pijače in eden večjih sponzorjev medijske hiše, nekatere reportaže iz določenih koncertov, opernih predstav in raznih razstav