

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nejc Gole

Spremembe produkcijske prakse v integriranem uredništvu: primer Delo

Magistrsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nejc Gole

Mentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

Spremembe produkcijske prakse v integriranem uredništvu: primer Delo

Magistrsko delo

Ljubljana, 2010

ZAHVALA

Za neprecenljive nasvete, veliko angažiranost in pomoč se zahvaljujem mentorici izredni profesorici dr. Karmen Erjavec.

Zahvaljujem se tudi vsem desetim novinarjem, ki so v poglobljenih intervjujih povedali izkušnje in kritični pogled na integrirano uredništvo.

Veliko zahvalo pa seveda dolgujem staršem, Jasmini, študijskim kolegom, profesorjem na Fakulteti za družbene vede in sodelavcem za spodbudo ter pomoč pri študiju in pisanju magistrskega dela.

Spremembe produkcijske prakse v integriranem uredništvu: primer Delo

V zadnjih letih medijske hiše po svetu vse bolj spreminjajo organizacijo in strukturo uredništev, tako da integrirajo prostor, osebe in tehnologijo. Z integriranimi uredništvami želijo spodbuditi komunikacijo in sodelovanje med zaposlenimi ter povečati integracijo med tradicionalno ločenimi mediji: tiskom, spletom, televizijo in radiem. Medijske hiše poskušajo z integracijo in novinarsko konvergenco povečati kakovost prispevkov, se približati čim večjemu številu potrošnikov, nekatere pa tudi zmanjšati stroške. V spremembo strukture uredništva je z enakimi cilji kot svetovni mediji stopila tudi medijska hiša *Delo*, ki je vse svoje novinarje preselila v integrirano uredništvo v začetku leta 2010. A novinarsko delo je standardizirano in rutinizirano, zato se postavlja vprašanje, kakšne spremembe produkcijske prakse novinarjev so mogoče. V magistrskem delu sem želel razkriti, kako se je po uvedbi integrirane redakcije spremenila produkcijska praksa novinarjev *Delo* in kako novinarji te spremembe definirajo. Rezultati iz poglobljenih intervjujev in opazovanja z udeležbo kažejo, da časopisni novinarji pri pisanju novinarskih prispevkov več sodelujejo s spletnimi in drugimi novinarji. A več sodelujejo le nekateri novinarji, za mnoge pa se delo ni spremenilo, saj sodelujejo enako kot prej ali pa sploh ne sodelujejo. To kaže, da zgolj prostorska integracija le deloma pripomore k večji integraciji med novinarji. Analiza je še pokazala, da novinarji različno opredeljujejo spremembe produkcijske prakse; spletni novinarji podpirajo integracijo in opažajo bolj kakovosten spletni portal, časopisni novinarji pa so do integracije bolj skeptični in večinoma ne opažajo sprememb v delu in kakovosti časopisa.

Ključne besede: novinarstvo, integrirana redakcija, konvergenca, produkcijska praksa, Delo.

The Changes of the Production Practice in the Integrated Newsroom: The Case of Delo

In recent years, the world's media companies are changing the organisation and structure of newsrooms, where they integrate places, personnel and technology. With an integrated newsroom they want to encourage communication and cooperation among the employees and increase the integration among traditionally separate medias: the print, the online, the television and the radio. With the integration and the journalism convergence media houses want to enhance the quality of its products, to approach as many consumers as possible, some of them also to reduce costs. With the same goals as the world's media also the Slovenian media house *Delo* has changed the structure of their newsroom. Already at the beginning of 2010 all journalists at *Delo* have started to work in integrated newsroom. But journalistic's work is standardized and routinized. That is why is questionable, what kind of changes of production practise are possible. In my master thesis I wanted to reveal how the journalism production practice at *Delo's* has changed after the integrated newsroom had been established and how journalist define this changes. The results from in-depth interviews and participant observation revealed, that the cooperation between paper journalists and between paper and online journalists had increased. But only some of the journalists cooperate more. For many of them, the work has not changed at all, because they cooperate to the same extent as before or they don't cooperate at all. That reveals that place integration only partly contribute to the integration among journalists. Analysis also has showed, that journalist distinctly define the changes of production practise. Online journalists support integration and they said, the online site is more quality. On other site paper journalist are more sceptical about integration and they mostly don't notice changes of the journalistic work and in quality of newspaper.

Keywords: journalism, integrated newsroom, convergence, production practice, Delo.

Kazalo

1	Uvod.....	7
2	Spremembe v družbi in medijih	10
2.1	Spremembe v uredništvih.....	12
3	Integrirano uredništvo	14
3.1	<i>Avstrijska tiskovna agencija</i>	15
3.2	<i>Novotécnica</i>	16
3.3	<i>Žurnal media</i>	16
4	Konvergenca v novinarstvu.....	17
4.1	Opredelitev novinarske konvergence.....	17
4.2	Konvergenca v multimedijem novinarstvu.....	19
4.3	Konvergenca v integrirani redakciji.....	20
5	Vloga novih tehnologij v novinarstvu.....	22
5.1	Vloga novih tehnologij v integrirani redakciji.....	24
6	Dejavniki, ki vplivajo na pojav integrirane redakcije in novinarske konvergence	25
6.1	Padec branosti časopisov.....	25
6.2	Povečanje števila spletnih uporabnikov	26
6.3	Medijska raznovrstnost	27
6.4	Deregulacija medijskega trga	28
6.5	Zmanjšanje stroškov v novičarski organizaciji	30
7	Novinarska produkcijska praksa	32
7.1	Sooblikovanje konvergence na novinarstvo.....	32
7.2	Novinarski sporočanje proces	32
7.2.1	Zbiranje informacij.....	33
7.2.2	Izbor dogodkov in dejstev	34
7.2.3	Oblikovanje sporočila	35
7.3	Spremembe produkcijske prakse ob uvedbi integrirane redakcije.....	36
7.3.1	Multimedijnost novinarjev.....	36
7.3.2	Kakovost novinarskega dela v integrirani redakciji.....	37
7.3.3	Trk različnih kultur.....	38
7.3.4	Komunikacija med novinarji v integriranem uredništvu.....	39
7.3.5	Pogoji dela v integriranem uredništvu	40
8	Rutinizacija novinarskega dela.....	41
8.1	Sovplivanje med konvergenco in novinarskimi rutinami	43
9	Medijska hiša <i>Delo</i>	44
9.1	Predstavitev družbe <i>Delo</i>	44
9.2	Založniški program <i>Dela</i>	45
9.2.1	Samostojne edicije.....	45
9.2.2	Redne priloge <i>Dela</i> , <i>NeDela</i> in <i>Slovenskih novic</i>	46
9.2.3	Spletni portal	46
9.3	Integrirana redakcija na <i>Delu</i>	47
10	Produkcijska praksa v integriranem uredništvu medijske hiše <i>Delo</i>	48
10.1	Raziskovalni problem, namen raziskave in metode	48
10.2	Rezultati opazovanja z udeležbo	50
10.2.1	Neintegrirana novinarska praksa	50
10.2.2	Integrirana novinarska praksa.....	51
10.2.2.1	Sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije	51
10.2.2.2	Sodelovanje med novinarji iz različnih področnih redakcij	52
10.2.2.3	Večveščinska oziroma multimedijška novinarska praksa.....	54

10.3	Rezultati poglobljenih intervjujev	55
10.3.1	Opredelitve integracije	55
10.3.2	Spremembe produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije	57
10.3.2.1	Sodelovanje med časopisnimi novinarji	57
10.3.2.2	Sodelovanje med časopisnimi in spletnimi novinarji	60
10.3.3	Multimedijskost novinarjev na <i>Delu</i>	66
10.3.4	Ovrednotenje integrirane redakcije	68
10.3.4.1	Slabosti integrirane redakcije.....	69
10.3.4.2	Prednosti integrirane redakcije	69
11	Diskusija.....	71
11.1	Uredništvo <i>Dela</i> kot centralizirana, in ne integrirana redakcija.....	71
11.2	Pomanjkljivosti novinarskih praks	72
11.2.1	Pomanjkljivosti neintegrirane novinarske prakse.....	72
11.2.2	Pomanjkljivosti integriranih novinarskih praks.....	73
11.3	Spremembe produkcijske prakse.....	74
11.3.1	Dejavniki, ki povečujejo integracijo.....	75
11.3.2	Dejavniki, ki zavirajo integracijo	75
11.3.3	Konflikt med rutinami in novimi praksami	78
11.4	Multimedijskost novinarjev.....	78
11.5	Sooblikovanje integrirane redakcije na kakovost in spremembe v medijih.....	80
12	Sklep.....	82
13	Literatura	84
14	Priloge	90
	Priloga A: Državna jamstva za kredite državljanom	
	Priloga B: Stavka škoduje predvsem gospodarstvu	
	Priloga C: Je stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito?	
	Priloga Č: Ohranitev nizkih trošarin blaži pritiske na standard	
	Priloga D: So Urošu Rotniku in Alešu Haucu škodi dnevi?	
	Priloga E: »Odkar smo se po koncu stavke vrnil v Kočevje, se ni spremenilo nič«	
	Priloga F: Komunikacija kabineta predsednika vlade z SCT?	
	Priloga G: »Ljudje iz biznisa smo kar vsi strankarsko neobčutljivi«	
	Priloga H: Tovškova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved	
	Priloga I: Stavkajoči delavci so dobili sobo	
	Priloga J: Intervju z Lidijo Pavlovčič	
	Priloga K: Intervju z Alešem Stergarjem	
	Priloga L: Intervju s Katarino Fidermuc	
	Priloga M: Intervju z Borutom Tavčarjem	
	Priloga N: Intervju z Barbaro Pavlin	
	Priloga O: Intervju z Nino Jerančič	
	Priloga P: Intervju z Denisom Pavličem	
	Priloga R: Intervju s Tino Kristan	
	Priloga S: Intervju s Katjo Žnidar	
	Priloga Š: Intervju z Anžetom Božičem	

1 Uvod

Strukturne in organizacijske spremembe novinarskih uredništev ter transformacije novinarskega dela in uredniške kulture so v zadnjem desetletju v središču razprav v novinarskih študijah (Vobič 2009), ena od sprememb pa je tudi uvajanje integriranih uredništev (npr. McManus 1994; Pavlik 2000; Singer 2004, 2006; Deuze 2004, 2007; Klinenberg 2005; Quinn 2005; Meier 2007 ter Aviles in Carvajal 2008).

Tudi letna poročila novinarjev, denimo *The State of the News Media 2008* (2008) in *Trends in Newsrooms 2009* (Burke 2009), dokazujejo, da strukturna in organizacijska integracija uredništev postaja vse pogostejša. Integracija postaja globalni pojav, pri čemer se brišejo tradicionalne razlike med novinarskimi delovnimi okolji v anglosaškem novinarstvu in tistimi v celinski Evropi (Vobič 2009). Večina časopisnih urednikov po svetu predpostavlja, da bo integrirano uredništvo v naslednjih petih letih postalo norma (Chainon 2008). V letu 2008 so zato številni časopisi začeli integracijo, med njimi tudi tisti, ki so se v preteklosti obravnavali kot uspešni modeli neintegriranih uredništev, kot sta angleški *Guardian* in ameriški *Washington Post* (Burke 2009).

V Sloveniji sta aktivneje stopili v proces integracije medijski hiši *Žurnal media* in *Delo*¹. V medijski hiši *Delo* so se v sredini decembra 2009 v tako imenovano integrirano redakcijo preselili še zadnji novinarji. A v Sloveniji obstaja manjko raziskav o integriranih redakcijah, o tem sta pisala le Manca Borko (2008) in Igor Vobič (2009), pri čemer pa sploh ni raziskave o spremembah produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije.

Vendar se postavlja vprašanje, kakšne spremembe produkcijske prakse so mogoče, glede na to, da je novinarsko delo standardizirano (npr. Lippmann 1965; Tuchman 1978; Baskin in Aronoff 1998; Gans 2003; Schudson 2003). Obstajajo različni viri pritiskov, ki novinarja silijo k standardizaciji poročevalskih navad (Bennett 1996), na standardizacijo poročanja pa zelo vplivajo tudi dnevne rutine produkcije novic (Poler Kovačič 2004, 43). Časovni pritisk na novinarje je morda najpomembnejši dejavnik za nujnost rutinizacije. Ker so novinarji pod pritiskom, da oddajo prispevek vsakih 24 ur ali še pogosteje, so odvisni od zanesljivih rutin, navad, konvencij in domnev o tem, kako, zakaj in kje dobiti informacijo (Schudson 2003, 34). Poleg tega je novinarsko delo zaradi rutinizacije tudi cenejše. Ker je preiskovalno novinarstvo

¹ V magistrskem delu bom uporabljal oznako medijska hiša *Delo* in ne časopisna hiša. Novinarji *Dela* namreč ne ustvarjajo zgolj vsebin za časopis, temveč tudi za spletni portal *Delo.si*. Zato je *Delo*, pa tudi večina drugih slovenskih medijskih organizacij, več kot le časopisna hiša. To s konvergenco postaja še bolj očitno.

drago, se je ceneje zanesti na druge obveščevalce, kot so tiskovne agencije in predstavniki za odnose z javnostmi, da prepoznajo dogodke in teme v skupnosti, kot pa najeti osebje, ki bi se vključilo v skupnost (McManus 1994, 88). Novinarji sicer lahko ustvarjajo »svoje« novice, vendar tega ne morejo početi, kakor želijo, in ne v razmerah, ki bi jih izbrali sami, ampak v okoliščinah, ki jih zaznamuje in opredeljuje ritem novinarske organizacije; organizacijski pritiski, ki spodbujajo rutinizacijo in standardizacijo novinarstva, pa so danes močnejši kakor kadar koli prej (Manning 2001). Znotraj vsakega novinarskega oddelka namreč obstaja določena organizacijska kultura, torej niz sporazumov o načinu dela (McManus 1994).

V magistrskem delu bom iskal odgovor na vprašanje, katere so ključne spremembe produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije na primeru medijske hiše *Dela*. Ker obstoječe raziskave o integraciji uredništev v Sloveniji (Borko 2008; Vobič 2009), ne obravnavajo celovito sprememb produkcijske prakse v integriranih uredništvih, si zastavljam naslednje raziskovalno vprašanje:

R1: Kakšne spremembe produkcijske prakse novinarjev časopisne in spletne izdaje *Dela* je povzročila uvedba integrirane redakcije na *Delu*?

Raziskave med uredniki in novinarji so pokazale, da ti različno ocenjujejo izvajanje in učinke konvergence v uredništvih ter znotraj tega integracije uredništev (Forte Duhe in drugi 2004; Huang in drugi 2006; Meier 2007; Aviles in Carvajal 2008), časopisni novinarji *Dela* pa so še pred integracijo izrazili dvom do projekta integracije (Vobič 2009). Zato je namen te naloge tudi ocena sprememb novinarske prakse. Zastavljam si še drugo raziskovalno vprašanje:

R2: Kako novinarji definirajo spremembe novinarske prakse?

Na raziskovalni vprašanji bom skušal odgovoriti z uporabo dveh raziskovalnih metod. Na podlagi opazovanja z udeležbo bom poskušal ugotoviti, kako se je produkcijska praksa po uvedbi nove redakcije spremenila. Delo v uredništvu bom opazoval tako pred kot tudi po vzpostavitvi integrirane redakcije. Opazovanje z udeležbo je metoda družboslovnega raziskovanja, pri kateri opazovalec uporabi udeležbo na določenem področju družbenega življenja s ciljem opazovati in zbirati podatke o dogajanju v določeni družbeni skupini (Platt 2004). Del analize pa bom opravil z individualnimi polstrukturiranimi poglobljenimi intervjuji z uredniki ter novinarji časopisne in spletne izdaje *Dela*. Kajti poglobljeni individualni intervju, ki je odprta raziskovalna metoda, je zelo primeren za ocenjevanje procesa in rezultatov s stališča ciljne skupine ali ključne osebe, ki pozna rezultate (Guion 2006).

Še preden bom odgovoril na raziskovalni vprašanji, bom v teoretičnem delu naloge pregledal, kako štiri različne paradigme razlagajo spremembe v družbi in medijih, na eno izmed teh pa bom apliciral moj predmet analize – integrirano redakcijo. S tem pregledom bom pojasnil, zakaj v družbi, medijih in uredništvu nastajajo spremembe in kako lahko te razumemo. V nadaljevanju bom definiral integrirano redakcijo in opisal primere vzpostavitve integriranih redakcij v *Avstrijski tiskovni agenciji (APA²)*, španski multimedijski skupini *Novotécnicos* in slovenski medijski organizaciji *Žurnal media*. Torej v treh medijskih hišah iz različnih držav, ki se med seboj razlikujejo v ciljnem občinstvu, tehnikah poročanja, vsebini novinarskega upovedovanja, medijskih platformah ... V četrtem poglavju bom predstavil različne opredelitve novinarske konvergence in pojasnil povezavo med konvergenco in integriranim uredništvom. Zakaj sta integracija in konvergenca vse pogostejša, bom odgovoril v petem poglavju, kjer bom podrobno opisal dejavnike, ki so na to vplivali. Ker je konvergenca v integriranem uredništvu neločljivo povezana z novimi tehnologijami in ker bom v empiričnem delu naloge raziskoval, kako in katere tehnologije uporabljajo novinarji *Dela* v integriranem uredništvu, bom v šestem poglavju pogledal, kako dve nasprotni teoriji – tehnološki determinizem in družbeni konstruktivizem – vidita vlogo tehnologij. Ob tem bom tudi naštel, kako različne paradigme odgovarjajo na vprašanje, katere tehnologije se utrdijo in katere propadejo. Pregled teh teoretskih pristopov bo pomagal pojasniti vlogo tehnologij v integriranem uredništvu. Ker bom preučeval spremembe produkcijske prakse zaradi uvedbe integrirane redakcije, bom v sedmem poglavju pojasnil novinarski sporočanješki proces. V tem poglavju bom tudi pregledal ugotovitve dosedanjih raziskav na področju sprememb novinarskega dela zaradi integracije, ki bodo služile kot orientacija moji raziskavi, hkrati pa bom ugotovitve v dosedanjih raziskavah lahko primerjal z ugotovitvami v svoji raziskavi. V osmem poglavju bom pogledal, zakaj mora biti novinarsko delo standardizirano in kako nanj vplivajo novinarske rutine. Kajti integracija vpliva na rutine, rutine pa na integracijo (Deuze 2004). Ker bom analizo opravil na primeru medijske hiše *Delo*, bom v naslednjem poglavju predstavil družbo *Delo*. V empiričnem delu naloge bom predstavil ugotovitve raziskave, v diskusiji bom ugotovitve povezal s teorijo in predstavil, kaj ti rezultati pomenijo za novinarstvo. Na koncu pa bom odgovoril na raziskovalni vprašanji.

² Austria Presse Agentur.

2 Spremembe v družbi in medijih

Da bi pojasnil, zakaj v družbi, medijih in uredništvu prihaja do sprememb in kako lahko te razumemo, bom začel s pregledom štirih paradigem, ki razlagajo te spremembe.

Po DeFleuru in Ball-Rokeachu (1988) strukturno-funkcijska paradigma družbo razlaga kot organizacijo povezanih, ponavljajočih se in določenih dejanj. Takšna družba se nagiba k dinamičnemu ravnotežju: če se pojavi neravnotežje (disharmonija), bodo sile poskušale povrniti stabilnost. Vsa ponavljajoča se dejanja v družbi, brez nekaterih sistem ne bi preživel, prispevajo k vzpostavljanju ravnotežja. Ta paradigma trdi, da so mediji in proces množičnega komuniciranja ponavljajoča se dejanja v družbenem sistemu tiste družbe, v kateri delujejo. Strukturna soodvisnost med mediji in drugimi družbenimi sistemi ne vpliva zgolj na vsakdanje delovanje družbe, ampak tudi na način, kako posamezniki vsakodnevno uporabljajo medije. Množično komuniciranje je med tistimi nezamenljivimi elementi družbene strukture, brez katerega sodobna družba, kot jo poznamo, ne bi mogla obstajati. Po drugi strani je množično komuniciranje disfunkcionalno, namesto k stabilnosti prispeva k disharmoniji, če ljudi vzpodbudi k deviantnemu obnašanju (DeFleur in Ball-Rokeach 1988, 31–33).

Ena od pomanjkljivosti strukturno-funkcijske paradigme je, da poudarja stabilnost in ravnotežje v družbi, čeprav je tudi najbolj laičnemu opazovalcu jasno, da so urbane industrijske družbe podvržene nenehni spremembi. Evolucijska paradigma oziroma družbeni darwinizem³ zato trdi, da so struktura družbe in spremembe v njej podobne strukturi in spremembam v biološkemu organizmu. Evolucionisti vidijo družbene spremembe znotraj niza naravnih zakonov, kot so naravna selekcija, preživetje močnejšega in podedovanje značilnosti. Te, sicer biološke pojme, lahko razlagamo tudi družboslovno. Termin evolucijska paradigma, ki je ena najstarejših paradigem v sociologiji, se v tem smislu osredotoča na družbene, ne pa na biološke spremembe. Moderne družbe nenehno uveljavljajo nove družbene oblike, od obnašanja doma do novih oblik gospodarskih družb. Nove družbene oblike izumijo ali prenesejo iz druge družbe posamezniki, ki s tem želijo doseči neki cilj. V družbi ostanejo le nekatere nove oblike, manj učinkovite propadejo. Izginejo lahko tudi družbene oblike, ki so prej dolgo časa prehajale iz ene generacije v drugo. Tudi razvoj množičnega komuniciranja je bil evolucijski proces, tako glede mehanske in znanstvene tehnologije kot tudi glede družbenih oblik, ki so bile potrebne za učinkovito družbeno uporabo teh tehnologij. S temi

³ Večina idej evolucijske paradigme v sociologiji je bila sicer oblikovana pred Darwinovo tezo o nastanku vrst (DeFleur in Ball-Rokeach 1988: 33).

spremembami so postavljalci odločitev želeli doseči svoje cilje, denimo vzpostaviti komunikacijski sistem, ki bi bil hitrejši in bi dosegel večji obseg občinstva (DeFleur in Ball-Rokeach 1988, 33–35).

Družbeno konfliktna paradigma trdi, da najpomembnejši družbeni proces nista stabilnost ali evolucija, temveč konflikt. Že antični filozofi so menili, da so številne spremembe rezultat konflikta med nasprotnimi silami. Sodobna konfliktna paradigma pa trdi, da družbo sestavljajo skupine ljudi, ki imajo različne interese. V želji, da prevlada njihov interes, med seboj tekmujejo. Tako organizirana družba je nenehno v konfliktu, zato se tudi nenehno spreminja. Tudi medijska podjetja med seboj tekmujejo in poudarjajo svoje interese. Poleg tega prihaja v novinarstvu do konflikta tudi na drugih področjih, denimo med interesi javnosti in pravico do zasebnosti ali pravico varovanja tajnih podatkov v času državne nevarnosti (DeFleur in Ball-Rokeach 1988, 35–36).

Paradigma simbolnega interakcionizma pa poudarja odnos med posameznikovim mentalnim svetom in družbenim procesom komunikacije. Predstavniki te paradigme menijo, da je družbo najlažje razumeti kot sistem pomenov. Za posameznike je sodelovanje v izmenjavi pomenov, ti so povezani z jezikovnimi simboli, medosebna aktivnost, iz katere izhajajo stabilna in splošno razumljena pričakovanja o posameznikovem vedenju. Vendar so posameznikove interpretacije realnosti tako družbeno določene kot tudi individualno ponotranjene. Vezi, ki združujejo ljudi, ideje o drugih in njihova prepričanja o samih sebi so osebne konstrukcije pomenov, ki izhajajo iz simbolne interakcije. Mediji, kot osrednji del komunikacijskega procesa v modernih družbah, iz simbolnointerakcionističnega vidika v svojem opisovanju in poročanju ponujajo svojo interpretacijo realnosti. Ljudje lahko razvijejo subjektivne in skupne konstrukcije pomenov za fizične in družbene realnosti, v katerih živijo ter o katerih so brali, poslušali ali gledali. Tako lahko njihovo osebno ali skupinsko obnašanje delno oblikujejo medijske interpretacije družbenih dogodkov in tem, o katerih imajo ljudje malo drugih alternativnih virov informacij (DeFleur in Ball-Rokeach 1988, 36–38).

Spremembe v družbi in medijih najbolje opisujeta evolucijska in družbeno konfliktna paradigma, pri čemer prva sprememba razlaga kot evolucijski proces, druga pa kot posledice konflikta. Prav gotovo so konflikti del družbenega procesa in marsikatera sprememba v družbi in medijih je bila posledica konflikta. Nekatere spremembe pa so zgolj posledica »naravnega« evolucijskega procesa. Vendar je konflikt zgolj del evolucije, kajti tudi v konfliktu se udejanja naravna selekcija in preživetje močnejšega. Tudi za spremembe, ki izhajajo iz konflikta, veljajo nekatere značilnosti sprememb, kot jih vidijo tudi evolucionisti: spremembe izumijo ali iz druge družbe prenesejo posamezniki, ki želijo s tem doseči neki cilj; v družbi ostanejo le

nekatero nove družbene oblike, manj učinkovite propadejo; izginejo lahko tudi tiste družbene oblike, ki so dolga leta prehajale iz ene generacije v drugo. Ker je konflikt del evolucije in ker evolucijska paradigma obravnava spremembe širše kot družbeno konfliktna, je za aplikacijo sprememb v uredništvu najprimernejša evolucijska paradigma.

2.1 Spremembe v uredništvih

V zadnjem času nastajajo nova uredništva, v katerih integrirajo tehnologijo, osebje in prostor tradicionalno ločenih časopisnih, radijskih, televizijskih in spletnih novinarskih ekip (Vobič 2009). Velika in odprta uredništva postajajo izjemno priljubljena (Meier 2007, 4), multimedijско novinarsko delo je vse pogostejše (Deuze 2004, 139), integriranih redakcij je vse več (Burke 2009). Vzpostavitev integrirane redakcije, ki je predmet analize tega magistrskega dela, je torej evolucijski proces sprememb v medijskih hišah po vsem svetu.

Evolucionisti vidijo družbene spremembe znotraj niza naravnih zakonov, kot so naravna selekcija, preživetje močnejšega in podedovanje značilnosti. Te pojave lahko apliciramo tudi na spremembe v uredništvu in vzpostavitev integrirane redakcije, ki je nova družbena oblika.

Podedovanje značilnosti

Tradicionalno sta se v medijskih hišah v zahodnem svetu oblikovali dve strukturi uredništev, in sicer anglosaška ter celinskoevropska tradicija (Esser 1998). Časopisne hiše v Veliki Britaniji in ZDA imajo večinoma centralizirana uredništva z visoko stopnjo uredniškega nadzora in visoko delitvijo dela. To prinaša učinkovitejšo novinarsko produkcijo v časovnih stiskah. Po drugi strani so v časopisnih hišah celinske Evrope tradicionalna decentralizirana uredništva, torej en centralni prostor in ločene pisarne. Novinarji bolj samostojno pripravljajo novinarske vsebine, zato imajo večjo odgovornost in opravljajo več novinarskih del kot novinarji v anglosaških deželah. Decentralizirano uredništvo ima po navadi manjšo delitev dela, šibkejši uredniški nadzor, in zato tudi manjšo prožnost pod časovnim pritiskom (prav tam). Še danes novinarji v mnogih medijskih hišah delajo v strukturi uredništva, ki so ga »podedovali« od novinarjev, ki so v tovrstnih uredništvih delali pred več desetletji. Seveda so uredništva v tem času doživljala druge spremembe, kot so uvajanje novih tehnologij, sprememba organizacije in načina novinarskega dela. Novinarsko uredništvo je kljub organizacijskim in strukturnim tradicijam nenehno spreminjajoč se prostor, ki ga najbolj oblikujeta odnos med novinarskim delom in tehnologijo ter pogosto konflikten odnos med novinarskimi in tržnimi normami (Vobič 2009). Ali drugače povedano; uredništva, podobno

kot etaže v tovarni, so bila laboratoriji za tehnološke inovacije in prostor za bojišče med ekonomskimi in družbenimi interesi več kot sto let (Hardt 1990).

Naravna selekcija

A v zadnjem desetletju prihaja tudi do drugih sprememb; v številnih medijskih organizacijah se zabrisujejo meje med anglosaško in celinskoevropsko tradicijo organiziranja in strukturiranja uredništev (Vobič 2009). Naravna selekcija je povezana s prevlado močnejšega; v družbi namreč ostanejo le nekatere nove oblike, manj učinkovite propadejo. Tudi uredništva so družbene oblike. V medijskih hišah, kjer uvajajo oziroma so uvedli integrirano redakcijo, propadajo stare, tradicionalne oblike uredništev. To sicer ni zagotovilo, da se v (celinskoevropske) medijske hiše ne bodo vrnila decentralizirana uredništva, zelo verjetno pa je, da se bosta v prihodnje v medijih spreminjali tudi struktura in organizacija integrirane redakcije.

Prevlada močnejšega

Raziskave kažejo (Singer 2004; Huang in drugi 2006; Aviles in Carvajal 2008; Vobič 2009)⁴, da so novinarji skeptični do vzpostavitve integrirane redakcije, so se je ustrašili, prihajalo je celo do sporov. Vendar raziskave ne poročajo o tem, da bi zaradi tega medijske hiše opustile projekt integriranega uredništva. Prevladale so odločitve vodstev družb, ki so glede na novinarje močnejši močnejša in so uveljavila svoj interes. Z vzpostavitvijo integrirane redakcije želijo namreč vodilni v medijskih hišah doseči neki cilj. Po eni strani želijo menedžerji z integrirano redakcijo izboljšati kakovost novinarskih izdelkov, z njimi želijo tudi z novimi tehnologijami povečati krog občinstva, po drugi strani pa želijo znižati stroške v medijski organizaciji (Quinn 2005).

V tem se kaže želja po maksimizaciji dobička. Klasično (Dahlgren 1996) oziroma normativno (McManus 1994) novinarstvo, ki temelji na tradicionalnih liberalnih idejah demokracije in državljanstva, namreč izginja, opozarjajo številni avtorji (npr. Hardt 1996; Dahlgren 1996; Košir 2003; Poler Kovačič 2004a). Tržno naravnano novinarstvo je danes prevladujoče: bralec ali gledalec je kupec, novica je produkt, naklada ali pokritost s signalom pa je trg (McManus 1994). Zato se v tržno naravnem novinarstvu tako pogosto vzpostavi konflikten odnos med novinarskimi in tržnimi normami (npr. McManus 1994; Cohen in Elliot 1997; Belsery 2002; Martin in Souder 2009; Taylor Jackson 2009).

⁴ O tem več v podpoglavju 7.3.3 Trk različnih kultur.

3 Integrirano uredništvo

V prejšnjem poglavju sem pokazal, kako lahko razumemo spremembe v medijih, družbi in uredništvih, v tem poglavju pa se osredotočam na pojav integriranega uredništva. V empiričnem delu naloge bom namreč preučeval spremembe novinarske prakse v integriranem uredništvu.

Integrirano uredništvo (tudi integrirana redakcija, multimedijsko uredništvo, inovativno uredništvo) je veliko in odprto uredništvo (Meier 2007). V njem integrirajo tehnologijo, osebe in prostor tradicionalno ločenih časopisnih, radijskih, televizijskih in spletnih novinarskih ekip (Vobič 2009; Burke 2009).

Integriranih redakcij je vse več. Predvsem leta 2008 so številne časopisne hiše začele integracijo. Med njimi so tudi uspešni modeli neintegriranih uredništev, denimo britanski *Guardian* in ameriški *Washington Post*⁵ (Burke 2009). Velika in odprta uredništva postajajo izjemno priljubljena; ocenjuje se, da je do leta 2007 okoli 40 medijskih hiš v osrednji Evropi uvedlo integrirano redakcijo (Meier 2007). S tem želijo premostiti tradicionalne ovire, kot so pomanjkanje komunikacije, izmenjava gradiv, skupne produkcije zgodb in drugega sodelovanja med novinarji različnih področnih uredništev v mediju (denimo notranje politike, zunanjih zadev, gospodarstva ...). Z »inovativnimi uredništvii« naj bi bilo po mnenju vodilnih v medijskih hišah mogoče zagotoviti večjo novinarsko kakovost, sodelovanje med področnimi uredništvii pri zahtevnih zgodbah, delovni učinek v uredništvu in profesionalno načrtovanje vsebin. Nova uredništva ne kopirajo anglosaškega modela, temveč težijo k večjemu sodelovanju. Tako se integrirajo različne medijske platforme: tisk, radio, televizija in internet (prav tam).

Proces integracije se zaradi tradicionalnih razlik v strukturi uredništva razlikuje v anglosaških in celinskoevropskih uredništvii (Meier 2007, 4). A vendar so se tudi v nekaterih ameriških medijih uredništva fizično preoblikovala, da se je povečala komunikacija med uredniki tiskane, televizijske in spletne edicije (Gordon 2003, 69). Komunikacija je boljša, ko so

⁵ *Washington Post* je imel mnogo let uredništvii spletne in tiskane izdaje ločeni v različnih stavbah. Še več; ti stavbi sta bili celo v različnih mestih. Tako se je moral izvršni urednik spletne strani *washingtonpost.com* redno voziti na uredniške kolegije iz mesta Arlington v zvezni državi Virginia v uredništvo časopisa v Washington. Kljub temu so uredniki tako spletne kot tiskane izdaje vrsto let zagovarjali učinkovitost neintegriranega modela. Pravzaprav lahko uspeh mnogih tveganih projektov in inovacij spletnega uredništva *Washington Posta* delno pripišemo relativni upravljavski neodvisnosti spletne strani, ki so jo imeli vse od njenega začetka. V tiskanem uredništvu se zato ne bi mogla roditi ideja o *Facebook političnem kompasu*, ki je člane socialnega omrežja Facebook postavil na politični zemljevid. To je zelo priljubljena inovacija spletne izdaje *Washington Posta* (Burke 2009).

novinarji blizu drug drugemu, da se lahko pogovarjajo brez elektronskih pomagal in da se redno srečujejo. Neposredna bližina zmanjšuje zmešnjavo, novinarji si lažje izmenjujejo informacije, prihranijo čas, rodijo se nove ideje in zaupanje (Quinn 2005, 57).

Za zaključek tega poglavja navajam, kakšni so modeli integriranega uredništva v treh evropskih novičarskih organizacijah, in sicer v *Avstrijski tiskovni agenciji (APA)*, španski multimedijski skupini *Novotécnicos* in slovenski medijski organizaciji *Žurnal media*, katere lastnik je avstrijska *Styria International AG*. S tem pregledom praktično ponazarjam, kaj je integrirana redakcija, hkrati pa bodo primeri novih uredništev v teh medijskih hišah služili kot primerjava z integrirano redakcijo v medijski hiši *Delo*.

3.1 Avstrijska tiskovna agencija

Kot piše Meier (2007), je *Avstrijska tiskovna agencija (APA)* pred uvedbo integriranega uredništva delovala v več nadstropjih stolpnice v severnem predelu Dunaja, kar je arhitekturno ustvarjalo pregrade med posameznimi redakcijami. Avgusta 2005 se je *APA* preselila v novo stavbo v središču avstrijskega glavnega mesta. Novinarji zdaj delajo v enem nadstropju, velikem okoli 1600 kvadratnih metrov. Odprto uredništvo je oblikovano tako, da spodbuja novo organizacijsko obliko novinarskega dela: več komunikacije, izboljšani delovni proces, medredakcijsko razmišljanje in povezovanje, interdisciplinarni pristop k zahtevnim projektom ter integracijo fotografije, infografike in multimedijskih oddelkov, ki so med drugim odgovorni za splet ter mobilne in avdio storitve. Selitev in uredniške inovacije je dve leti pripravljala projektna skupina 13 urednikov.

Tako kot pred selitvijo so za vse novice tiskovne agencije odgovorni dežurni uredniki. To delo izmenično opravlja več zaposlenih, vendar je delovno mesto urednika vedno na istem položaju, in sicer v krogu v sredini integriranega uredništva. Med njimi je postavljena konferenčna miza, imenovana novičarski market. Tu potekajo uredniški kolegiji in načrtovanje bližnjih projektov. Ob novičarskem marketu je edino stalno mesto rezervirano za novičarskega direktorja, ki koordinira, načrtuje, svetuje, posreduje in odloča o vsakodnevnem delu. Novinarji sedijo blizu svoji urednikov, in tako tudi blizu novinarjev drugih redakcij, okrog novičarskega marketa (Meier 2007, 10–11).

3.2 *Novotécnica*

Aviles in Carvajal (2008) poročata, da so novinarji španske multimedijske skupine *Novotécnica* iz mesta Almeria pred integracijo delali v dveh ločenih uredništvih za tisk ter za radio in televizijo. Integrirano redakcijo so uvedli januarja 2004. V uredništvu dela 85 novinarjev, ki ustvarjajo prispevke za časopis in spletno stran *La Voz de Almeria*, za radijsko postajo *Cadena Ser* ter za televizijo *Localia television*. Vsak novinar ustvarja za vse medije.

Uredništvo *Novotécnice* deluje kot prilagodljiva organizacijska struktura. Srce novega sistema je »desk«, v katerem vodijo delovni proces tako, da istočasno skrbijo za radijsko in televizijsko postajo ter časopis. V »desku« sedijo pomočnik urednika, njegov namestnik in štiri uredniki, ki nadzirajo izvajanje novinarskega dela. Ti imajo z uredniki področnih redakcij (*Šport, Gospodarstvo, Posel, Življenje, Almeria, Mesta in Vikend*) trikrat na dan sestanek, na katerem je vedno prisoten vsaj en glavni urednik, ki postavlja prioritete in delovni proces.

Struktura uredništva omogoča, da se vsi novinarji vidijo. Pregradne stene so namreč umaknili, tako da so vse področne redakcije v enem prostoru. Novinarji se med seboj ločijo zgolj po tem, katero področje pokrivajo, ne pa, za kateri medij delajo. Vsi delajo za vse medije (Aviles in Carvajal 2008, 226–228).

3.3 *Žurnal media*

Vobič (2009) opisuje, da je imela medijska hiša *Žurnal media*, ki z okoli 80 zaposlenimi pripravlja brezplačni dnevnik *Žurnal24*, brezplačni tednik *Žurnal* in spletni časopis *Zurnal24.si*, centralizirano uredništvo od svoje ustanovitve leta 2003, ko je avstrijska *Styria International AG* vstopila na slovenski časopisni trg, do decembra 2008. Takrat so začeli proces prostorskega in procesnega integriranja: zgradili so, kot pravijo, »desk«, kjer za skupno mizo sedijo dežurni uredniki *Žurnal24* in *Zurnal24.si*, urednik fotografije, namestniki odgovornega urednika tiskanih izdaj in drugi pomembni člani dnevne uredniške ekipe, ter spletne novinarje razpršili med časopisne novinarje po sekcijah *Novice, Regije, Šport, Scena* in *Magazin*. Proces novinarske produkcije je umeščen v bipiramidalno hierarhično strukturo z dvema ravnema uredniškega odločanja: na prvi ravni sta dnevna urednika tiskane in spletne izdaje z enako formalno močjo in odgovornostjo; na drugi ravni sta odgovorna urednika *Žurnal24* in *Zurnal24.si*, ki sta enakovredna v odločanju, kar je še posebno pomembno, če konsenz ni bil dosežen na prvi ravni (Vobič 2009).

4 Konvergenca v novinarstvu

To poglavje uvajam, da bi pojasnil povezavo med integriranim uredništvom in konvergenco v novinarstvu. Za opredelitev te povezave je treba konvergenco najprej definirati.

4.1 Opredelitev novinarske konvergence

Med avtorji ni enotne definicije konvergence (Dailey in drugi 2005, 151, Quinn 2005, 4). A pregled literature kaže, da obstajata dve veji pristopov h konvergenci v novinarstvu: linearni in nelinearni (Vobič 2009).

Linearni pristop vidi konvergenco kot kontinuum, ki je sestavljen iz različnih stopenj in le zadnja stopnja pomeni popolno integracijo (Dailey in drugi 2005). Značilnosti različnih faz konvergence sta različni stopnji interakcije in sodelovanja med medijskimi partnerji, bodisi v enem bodisi v različnih medijskih podjetjih. Konvergenčni kontinuum ima pet stopenj⁶, za vsako izmed teh pa je značilen različen obseg interakcije in sodelovanja. Medij ni fiksno postavljen na eno stopnjo kontinuum, ampak se lahko pomika naprej in nazaj, odvisno od narave novic ter pripadnosti konvergenci delavcev in vodstva (Dailey in drugi 2005, 152–153).

Pet faz konvergenčnega kontinuum (Dailey in drugi 2005, 152–154):

1. Medsebojna promocija (angl. cross-promotion): v tej fazi je najmanj sodelovanja in interakcije med medijskimi partnerji. Mediji promovirajo vsebino svojih partnerjev. Primer: televizija gledalce za več informacij preusmeri na časopis ali spletno stran.
2. Kloniranje (angl. cloning): medijski partner brez velikega urejanja objavi novinarski prispevek drugega partnerja. Primer: vsebina iz časopisa je prikazana na spletni strani partnerske televizije ali na skupni spletni strani.
3. Sodelovanje in tekmovanje (angl. coopetition): partnerja sodelujeta z izmenjavo informacij za izbrane zgodbe, a vendar tekmujeta in proizvajata lastno izvirno vsebino. Primer: novinar časopisa kot poznavalec komentira neki dogodek ali temo na televiziji.

⁶ Dailey in drugi (2005: 152) govorijo o petih C-jih konvergence (ang. convergence), in sicer cross-promotion, cloning, coopetition, content sharing in full convergence.

4. Izmenjava vsebin (angl. content sharing): partnerji med seboj redno, a ne vedno, izmenjujejo ideje in sodelujejo pri posebnih projektih. Primer: sodelovanje pri pokrivanju volitev ali preiskovalnem novinarstvu.
5. Popolna konvergenca (angl. full convergence): parterja delujeta v istem uredništvu. Novinarji pri produkciji vsebin uporabljajo prednosti različnih medijev, da se zgodba najbolje proda; odločajo se, katere podatke predstaviti v določenem mediju, uporabljajo slike, video, avdio, grafiko, arhivske podatki podatke in ostale druge interaktivne elemente.

Deuze linearni pristop kritizira, češ da predvideva zgolj eno pot k popolni integraciji in da je ta enkrat tudi dosežena. A ni nujno, da organizacija sploh kdaj pride do te faze ali pa nekaterih oddelkov sploh ne integrira. Deuze (2004, 140) pravi:

»Konvergenčni kontinuum predvideva, da medijska organizacija prej ali slej preide v fazo, kjer je dosežena integracija vseh elementov produkcije novic (avdio, video, tekst, fotografije, grafika, pa tudi marketing, medsebojna promocija, prodaja, redistribucija in komunikacija z občinstvom). Ta model ne predvideva, da konvergenca ni nujno linearni proces, da lahko propade ali da nekateri deli organizacije niso integrirani. Metafora kontinuuma je tudi vprašljiva v tem, ko predvideva soglasje med lastniki in novinarji glede pomena konvergence ter glede njihovega dela ali udeležbe v podjetju.«

Nasprotno od linearnega procesa Gordon navaja pet tipov konvergence. Našteva, da se konvergenca nanaša na korporativne strategije, npr. spojitev družb *AOL* in *Time Warner*; tehnološki razvoj, npr. video na zahtevo in interaktivna televizija; marketinško delovanje, npr. časopisna hiša promovira izdelke televizijske hiše in obratno; novinarsko delo, npr. multimedijsko novinarstvo, kjer novinarji uporabljajo tekst, avdio in video; ter tehnike upovedovanja zgodb, npr. spajanje teksta in multimedijskega gradiva na spletu (Gordon 2003, 57).

V kontekst integracije uredništva na *Delu* pa najbolje sodi konvergenca, kot jo pojasnjuje Jane Singer (2004). Ta pravi, da se konvergenca nanaša na povezovanje tehnologij, produktov, osebja in prostorov med prej ločenimi enotami tiska, televizije in interneta (Singer 2004, 3). Podobno konvergenco definira Deuze, ki jo pojasnjuje kot »(večje) sodelovanje med prej

ločenimi medijskimi uredništvii in drugimi deli sodobne medijske organizacije« (Deuze 2004, 140).

Poleg teoretikov konvergenco različno definirajo tudi tisti, ki se s tem pojavom srečujejo pri vsakdanjem delu. Raziskava med uredniki ameriških televizijskih postaj je na primer pokazala, da ti različno definirajo medijsko konvergenco (Forte Duhe in drugi 2004). Za 76,6 odstotka anketiranih konvergenca pomeni izmenjavo novičarskih vsebin med posameznimi mediji znotraj ene medijske organizacije; 64,7 odstotka se strinja, da je konvergenca tudi izmenjava novičarske vsebine z drugimi medijskimi organizacijami; 62,3 odstotka jih s tem pojmom povezuje izmenjavo osebja, tako tehničnega kot novinarjev, enak odstotek jih meni, da je del konvergence promocija in hkratno objavljanje vsebin drugih medijev; 41,3 odstotka jih ocenjuje, da je konvergenca povsem integrirano uredništvo, v katerem se spajajo vse oblike medijev; 34,7 odstotka jih meni, da je konvergenca integrirani uredniški sistem za ukvarjanje z besedami, slikami in zvoki za vse medije; le 22,2 odstotka anketiranih pa pravi, da lahko govorimo o konvergenci, ko novinarji različnih medijev delajo v ločenih prostorih, vendar v isti stavbi ali kompleksu (Forte Duhe in drugi 2004, 92–93).

Definicije se razlikujejo zato, ker se med posameznimi državami, medijskimi hišami in kulturami razlikuje tudi konvergenca. Nanjo namreč vplivajo številni dejavniki, ki določajo obseg in obliko konvergence, in sicer zakonodaja, tehnologija, občinstvo in družba (Quinn 2005, 5).

4.2 Konvergenca v multimedijem novinarstvu

Številni avtorji (npr. Gordon 2003; Deuze 2004; Singer 2004; Quinn 2005) konvergenco povezujejo tudi z multimedijem novinarstvom. Deuze (2004) loči dve definiciji multimedijskega novinarstva; prva se nanaša na ubeseditev novinarskega besedila na internetu v dveh ali več medijskih formatih, kot so tekst, govor, glasba, video, fotografije, grafika, interaktivni in hipertekstualni elementi ... Druga pa se nanaša na integrirano ubeseditev novinarskega besedila v različnih medijih, denimo na spletni strani, v elektronski pošti, kratkih SMS-sporočilih, MMS-sporočilih, na radiu, televiziji, teletekstu, tiskanem časopisu in reviji. Pri slednji gre torej za konvergenco, a se ta razlikuje v praksi. Multimedijem novinarstvo je denimo, ko časopisni novinar predstavi zgodbo na partnerski televiziji; časopisni fotograf objavi fotografije na spletni strani, povzetki novinarskih besedil časopisnih, televizijskih, radijskih ali spletnih novinarjev so posredovani po elektronski pošti ali SMS-sporočilih; različna uredništva v nekaterih projektih skupaj zbirajo, urejajo in objavljajo

novinarska besedila. V povsem integriranem multimedijem uredništvu pa tiskani, televizijski, radijski in spletni novinarji skupaj zbirajo informacije in načrtujejo, kako objaviti zgodbo v vseh medijskih platformah (Deuze 2004, 140–141).

Tako kot je konvergenca del multimedijskega novinarstva, je del konvergence multimedijem (Quinn 2005) oziroma večveščinski (Aviles in Carvajal 2008) novinar, ki ga zaradi večfunkcionalnosti imenujejo tudi inšpektor Gadget⁷ (Dailey in drugi 2005, 157). Tak novinar naj bi bil sposoben ustvarjati novinarske prispevke za različne medije. Sodobno novinarstvo namreč ne sme biti omejeno zgolj na en medij, kar je temeljno delovanje konvergirane uredništva. Tako lahko novinarji uporabljajo prednosti posameznega medija, da kar najbolje predstavijo zgodbo, z različnimi mediji dosežejo večje število občinstva, kar pa je zanimivo tudi za oglaševalce (Quinn 2005).

A večveščinskost novinarjev ni pojav zadnjih let. Novinarji v britanski BBC so vedno delali za več medijev (Deuze 2004, 143). Podobno je bilo v ZDA, ko so novinarji tiskovne agencije *United Press International (UPI)* v petdesetih letih prejšnjega stoletja zbirali tako zvočne posnetke, pisali besedila za časopise, radio in televizijo, fotografirali, občasno pa tudi gostovali na televizijskih oddajah (Forte Duhe in drugi 2004, 83).

Za novinarja pa ni nujno le, da zna uporabljati številne nove tehnologije, temveč tudi, da v svoji novinarski kulturi sprejme multimedijem. Novinar mora v konvergenčnem procesu spremeniti mišljenje ter med drugim osvojiti nov odnos do časa in rokov, osvojiti prilagodljiv odnos do lastne novinarske vloge, pripravljen mora biti za spremembe, odprt za učenje ter pripravljen sodelovati z drugimi novinarji (Quinn 2005, 158, 162).

4.3 Konvergenca v integrirani redakciji

Pregled različnih opredelitev konvergence (Gordon 2003; Deuze 2004; Singer 2004; Dailey in drugi 2005) je pokazal na razlike v definiranju novinarske konvergence; tudi v povezavi z integrirano redakcijo. Medtem ko Singerjeva (2004) konvergenco enači z integracijo v uredništvu, Gordon (2003) tovrstno konvergenco vidi zgolj kot eno od več oblik konvergence, Dailey in drugi (2005) pa kot eno od več faz konvergence.

Konvergenčni kontinuum predvideva pet stopenj konvergence (Dailey in drugi 2005, 152–153), a zgolj zadnja stopnja predvideva tudi integracijo. V tako imenovani popolni konvergenci partnerja namreč delujeta v istem uredništvu (Dailey in drugi 2005, 152–153).

⁷ Inšpektor Gadget je risani in filmski junak, ki (tako kot večveščinski oziroma multimedijem novinar, op. N. G.) uporablja številne pripomočke, s katerimi preganja nepridiprave (Kolosej).

Tudi definicije nelinearnega pristopa konvergenco obravnavajo širše. Izmed petih tipov konvergence, ki jih našteva Gordon (2003), so za integrirano redakcijo nujni tipi konvergence, ki se nanašajo na novinarsko delo, na tehnološki razvoj, tehnike upovedovanja zgodb, ne pa tudi tipa konvergence, ki se nanašata na korporativne strategije in marketinško delovanje. Konvergenca, kot jo definira Deuze (2004), skoraj ustreza definiciji integrirane redakcije. Kot pravi, se konvergenca nanaša na (povečano) sodelovanje med prej ločenimi medijskimi uredništvi in drugimi deli moderne medijske organizacije (Deuze 2004, 140). Vendar je pogoj za integrirano redakcijo tudi, da je ta v enem, velikem prostoru (Meier 2007).

Jane Singer (2004) pa konvergenco kar enači z integrirano redakcijo, saj pravi, da se konvergenca nanaša na povezovanje tehnologij, produktov, osebja in prostorov med prej ločenimi enotami tiska, televizije in interneta (Singer 2004, 3). Kot sem predstavil v prejšnjem poglavju, želijo medijske hiše z integracijo povečati komunikacijo, izmenjavo gradiv, sodelovanje in skupno produkcijo zgodb med novinarji iz različnih področnih uredništev v medijski hiši (Meier 2007) ali pa novinarje spodbuditi k večveščinski oziroma multimedijskosti (Aviles in Carvajal 2008). Prav večveščinski novinar pa je značilen za konvergenco (Quinn 2005; Aviles in Carvajal 2008). Torej, v integrirani redakciji mora potekati proces konvergence v smislu sodelovanja in komunikacije med člani različnih področnih uredništev in novinarji različnih medijev ter v smislu povezovanja tehnologij in prostorov.

Obratno ne velja; konvergenca v medijski hiši ne pomeni nujno tudi, da je ta hiša uvedla integrirano redakcijo (Singer 2004; Aviles in Carvajal 2008). Konvergenca namreč lahko pomeni delo v ločenih prostorih ali v skupnem prostoru (Singer 2004, 3). Novinarji lahko med seboj izmenjujejo informacije in urejajo vsebine za različne platforme tudi iz ločenih prostorov (Aviles in Carvajal 2008, 235).

Sklenem lahko, da je integrirana redakcija prostor, novinarska konvergenca pa je proces. Tako lahko opredelim, da v integrirani redakciji poteka proces novinarske konvergence v smislu sodelovanja med člani različnih področnih uredništev in tradicionalno ločenih medijev pri njihovem vsakdanjem novinarskem delu. Tako v integriranem uredništvu prihaja do spajanja ljudi, tehnologije in prostorov.

5 Vloga novih tehnologij v novinarstvu

To poglavje uvajam, ker je konvergenca v integriranem uredništvu neločljivo povezana z novimi tehnologijami. Te so v konvergenci pomembne predvsem kot orodje za pridobivanje gradiva in kot orodje za distribucijo novinarskih vsebin.

Multimedijski novinar mora namreč ustvarjati vsebine za različne platforme (Quinn 2005), zanje pa mora znati tudi pridobiti gradivo denimo z videokamero, fotoaparatom, zmogljivim telefonom ... (Dailey in drugi 2005, 154). BBC je denimo leta 2003 svojim 40 novinarjem dal telefone, s katerimi so lahko snemali in pošiljali videogradivo. Družba *Philips Software* je izboljšala resolucijo na telefonih, tako da so video lahko predvajali tudi občinstvu. Hkrati so telefoni lahko posneli nekajminutni video, medtem ko so serijski telefoni te vrste lahko posneli le polminutni posnetek (Quinn 2005, 35). Po drugi strani pa nove tehnologije ponujajo tudi različne kanale distribucije novic, kot so denimo celični telefoni, osebne digitalne tajnice in pozivniki (Dailey in drugi 2005, 154).

A čeprav imajo novi mediji vpliv na moderno družbo in demokracijo, se teoretiki še vedno ne strinjajo glede njihove dejanske vloge (Milosavljevič 2009, 44; Chandler 1995), čeprav se s tehnologijo ukvarjajo od konca 2. svetovne vojne (Hardt 1990, 117). Še več: natančna vloga tehnoloških inovacij v spreminjanju novinarskega sporočanja procesa je najmanj raziskovano področje v medijskih študijah. Eden od razlogov je zagotovo v zanikanju pomembne vloge tehnologije, zaradi česar so spremembe v sporočanjem procesu raziskane predvsem s socio-ekonomskega, političnega in institucionalnega vidika (Brautović 2009, 28). Po drugi strani tehnološki deterministi, denimo Marshall McLuhan (1964), vidijo tehnologijo kot edini in glavni vzrok za spremembe v družbi in družbeni organizaciji (Chandler 1995). Tehnologijo vidijo kot vzrok za velike družbene spremembe na ravni ustanov, socialne interakcije in individualne kognitivnosti, torej načina, kako posameznik razmišlja o svetu (Thurlow in drugi 2004, 41). Po njihovem mnenju je tehnologija ključni element, ki določa prihodnost medijske organizacije. Verjamejo, da je struktura novičarske organizacije funkcija razpoložljive tehnologije in da ta določa vzorce toka novic (Quinn 2005, 137). Tehnologija, bodisi analogna ali digitalna, je vedno vplivala na novinarsko delo, ga ovirala in strukturirala. Novice so zaradi novih medijev povsod navzoče, še več: novi mediji z denimo interaktivnostjo in multimedijestvijo celo spreminjajo samo novico. Tehnologija novih medijev omogoča popolno restrukturiranje uredništva, kar sicer otežuje uredniška tradicija, novinarski sindikati in kultura; novi mediji pa vplivajo tudi na številne odnose med medijsko

organizacijo in občinstvom (Pavlik 1999). Tehnologija, predvsem spletna komunikacija, vpliva na centralizacijo in hierarhični značaj uredništva. Tradicionalno so uredništva sestavljena zelo hierarhično, z urednikom ali novičarskim direktorjem na vrhu. Zaradi interneta pa se je razlika v hierarhični lestvici zmanjšala (Pavlik 2000, 222–223).

Quinn (2005) tehnološki determinizem kritizira, češ da ta pristop preveč poenostavlja. Novinarji si z digitalnimi pripomočki pomagajo, da svoje delo opravljajo učinkoviteje. Vendar ti niso njihovo edino orodje. Ljudje jih ustvarjajo in določajo njihovo uporabo (2005, 137). Poleg tega družbeni in ekonomski dejavniki, pa tudi »potrošniška« uporaba medijev, vplivajo ali definirajo uporabo, namen in uspeh novih tehnologij in medijev (Milosavljevič 2009, 44). Tako trdi družbeni konstruktivizem, ki je ravno nasproten tehnološkemu determinizmu. Družbeni konstruktivisti trdijo, da je tehnologija popolnoma podrejena temu, kako jo uporabljamo v nekem socio-zgodovinskem in kulturnem okolju. Tehnologije ne padajo z neba, ampak se sprva kot ideje pojavijo v glavah izumiteljev. Vendar uporabniki tehnologije ne uporabljajo vedno tako, kot so si izumitelji zamislili. Zato poteka nenehen boj med izumitelji in posameznikovimi prisvojitvami tehnologije. S tega vidika ni tako pomembno, da tehnologija prinese družbene spremembe, kot je pomembna uporaba tehnologije; kaj ljudje delajo s tehnologijo in kaj od nje dobijo (Thurlow in drugi 2004, 42).

Številne paradigme, strukturno-funkcijska, konfliktna, evolucijska, simbolno interakcionistična in kognitivna paradigma, pa se ukvarjajo z vprašanjem, katere tehnologije se bodo utrdile. Zaradi vplivov v družini, političnega sistema, ekonomskega okolja, šole, zahtev vojske in drugih dejavnikov, ki ustvarjajo sedanje medijske sisteme, se bodo namreč nekatere tehnologije preoblikovale v sisteme v splošni uporabi, druge pa ne (DeFleur in Ball-Rokeach 1988, 348). Strukturno-funkcijska paradigma pravi, da bodo uspešne tiste tehnologije, ki bodo prispevale k družbeni potrebi po stabilnosti, povezovanju in uspešni produkciji. Po drugi strani paradigma konflikta trdi, da bodo v množičnem komuniciranju uspešne tehnologije, ki bodo izbrane po konfliktu močnih skupin. Po tej paradigmi namreč poteka dialektični proces konflikta, kjer vsaka skupina promovira sistem, ki najbolje služi njenim ekonomskim in političnim interesom. Evolucijska teorija zatrjuje, da se bo v nove medijske sisteme razvila tehnologija, ki najbolje služi potrebam prilagajanja družbe. Simbolno interakcionistična paradigma prav tako poudarja vprašanje o spremembi, vendar se pri tem bolj ukvarja s posamezniki kot z družbenimi ali globalnimi izzivi, kot denimo evolucionisti. Simbolni interakcionisti največji poudarek namenjajo vprašanju, kako novi medijski sistemi služijo posameznikom v njihovih kolektivnih naporih za določanje pomena v negotovem in spreminjajočem se svetu. Kognitivna paradigma pa se osredotoča na učinke

novih medijskih sistemov na posameznikova prepričanja, čustva in vedenje. V komunikacijski sistem naj bi se najverjetneje razvile tiste tehnologije, za katere posamezniki in nosilci moči ocenjujejo, da imajo ustrezne učinke (DeFleur in Ball-Rokeach 1988).

5.1 Vloga novih tehnologij v integrirani redakciji

Novinarsko konvergenco je omogočila digitalizacija produkcije novic. Ta omogoča imenovanje datotek (avdio, video in tekst) na različne načine, tako da se lahko pripravi vsebina za različne platforme (Aviles in Carvajal 2008, 221). Nove tehnologije – internet, vse bolj pa tudi male videokamere, zmogljivi telefoni, dlančniki ipd. – imajo v integriranem uredništvu lahko pomembno vlogo. Razvoj novih tehnologij je omogočil vzpostavitev integriranega uredništva. Pretirano pa bi bilo trditi, da so nove tehnologije edini in glavni vzrok za spremembe v uredništvu, kot bi trdili tehnološki deterministi. Vzpostavitev integrirane redakcije je namreč posledica tudi drugih okoliščin. Klinenberg (2005) navaja padec časopisnih naklad, stagnacijo televizijskega občinstva, povečanje števila spletnih uporabnikov, zmanjšanje proračunskih stroškov v novičarskih oddelkih, medijsko raznovrstnost, deregulacijo medijskega trga in krizo novinarske legitimnosti. Izmed teh dejavnikov je z novimi tehnologijami povezano zgolj povečanje števila spletnih uporabnikov. Nove tehnologije sooblikujejo način novinarskega dela, od zbiranja informacij pa do distribucije novic. Vendar na način novinarskega dela vplivajo tudi organizacija uredništva, tržna naravnost medija, poklicne rutine, tradicija, pa tudi nekateri subjektivni dejavniki: novinarsko delo namreč delno oblikujejo nadrejeni v novinarski organizaciji, denimo uredniki, kolegi novinarji, pa tudi vsak novinar sam. Ne nazadnje morajo biti tudi novinarji sami pripravljeni delovati tako, kot od njih zahteva konvergenca v integriranem uredništvu, da bo to uspešno. Tehnologija je podrejena tem dejavnikom, kajti ljudje izumijo tehnologijo in jo uporabljajo v nekem družbenem okolju in pod nekaterimi subjektivnimi dejavniki, kot trdijo družbeni konstruktivisti.

Zato se utrdi in se bo utrdila tista tehnologija, ki najbolje služi potrebam prilagajanja družbe. Kot trdijo evolucionisti. Uporabniki danes želijo čim hitrejšo ponudbo in zahtevajo udobnost (Quinn 2005, 27), zato je tako razširjen internet, vse več je telefonov z dostopom do spleta, prihajajo pa tudi dlančniki in e-bralniki. Uporabniki si želijo tudi multimedijske ponudbe, zato je v spletnem novinarstvu pogosta uporaba videokamer, zmogljivih telefonov in seveda fotoaparatorov. Mediji se morajo namreč prilagajati potrebam družbe oziroma občinstva. Medijske hiše, ki tega ne bodo spoznale, bodo izgubile občinstvo in propadle.

6 Dejavniki, ki vplivajo na pojav integrirane redakcije in novinarske konvergenca

Kot sem že zapisal v prejšnjih poglavjih, konvergenca in integracija postajata v zadnjih letih vse pogostejši (Deuze 2004; Meier 2007; Burke 2009; Vobič 2009), na kar vplivajo številni dejavniki. Klinenberg (2005) recimo navaja, da se je medijska konvergenca pojavila zaradi padca časopisnih naklad po vsem svetu, stagnacije televizijskega občinstva, povečanja števila spletnih uporabnikov, zmanjšanja proračunskih stroškov v novinarskih oddelkih, medijske raznovrstnosti, deregulacije medijskega trga in krize novinarske legitimnosti.

Padec branosti časopisov je časopisne hiše prisilil, da rešitev iščejo v digitalni tehnologiji (Aviles in Carvajal 2008, 222), saj se število spletnih uporabnikov povečuje. Z ustvarjanjem novinarskih prispevkov za splet pa poskušajo doseči tudi mlade. Ti namreč manj berejo časopise (Meyer 2009), vendar so bolj prisotni na spletu, kažejo podatki Statističnega urada Republike Slovenije (Zdešar 2010). Klinenberg (2005) kot razlog za konvergenca navaja tudi medijsko raznovrstnost. Po eni strani sodobni medijski uporabnik hkrati uporablja različne medije (Quinn 2005; Deuze 2004), zato se jim morajo medijske hiše približati prek različnih medijskih platform. Po drugi strani je na medijskem trgu velika konkurenca različnih medijev, potrošnik pa ima vse manj časa. Zato zahteva hitro ponudbo (Quinn 2005), kar omogoča digitalna tehnologija. Ta namreč dovoljuje novinarjem hitrejšo produkcijo novic prek različnih medijskih platform (Aviles in Carvajal 2008, 222). Poleg tega trenutno medijsko okolje zaznamuje tudi znižanje stroškov v novinarskih organizacijah (Klinenberg 2005), eden izmed najbolj popularnih mitov o konvergenci pa je, da ta znižuje stroške (Quinn 2005). Deregulacija medijskega trga je omogočila prevzeme medijskih hiš in s tem koncentracijo lastništva (npr. DeFleur in Dennis 1981; Herman in Chomsky 1988; Deuze 2004, 2007; Schudson 2005). Nekateri avtorji pa pojasnjujejo, da se konvergenca nanaša na korporativne strategije (npr. Gordon 2003, 57), koncentracija lastništva pa lahko tudi olajša različno sodelovanje med medijskimi partnerji, prav tako kot tudi konvergenca (Dailey in drugi 2005).

6.1 *Padec branosti časopisov*

Naklada dnevnih časopisov je padala celo prejšnje stoletje (Meyer 2009, 9). Opaziti je namreč, da vsaka generacija manj bere časopise. Tako je denimo med letoma 1972 in 2008 časopise vsak dan bralo povprečno med 70 in 80 odstotki ljudi, rojenih pred letom 1929. Po

drugi strani pa vsak dan časopise bere zgolj med 20 in 30 odstotkov ljudi, rojenih po letu 1964. A podatki o branju vsaj enkrat na teden ne kažejo zgolj negativnega trenda. Odstotek odraslih ljudi, ki berejo vsaj enkrat na teden, je od leta 1972 do 1980 padel s približno 93 odstotkov na manj kot 90 odstotkov. V osemdesetih letih je ta odstotek stagniral. Lastniki časopisnih hiš so takrat namreč zaradi negativnega trenda branosti želeli dvigniti kakovost časopisov in so zaposlovali več novinarjev, tudi predstavnikov manjšin. V začetku devetdesetih se je število zaposlenih novinarjev ponovno začelo zmanjševati, hkrati pa je spet začela padati tudi branost. Leta 2008 je časopis vsaj enkrat na teden bralo nekaj več kot 70 odstotkov odraslih ljudi (Meyer 2009, 20–22).

Tudi slovenski časopisi prodajo vse manj izvodov. Spodaj (glej Tabelo 6.1) je prikazana prodana naklada časopisa *Delo*, ki ga izdaja medijska hiša *Delo*, v kateri bom opravljal raziskavo. Za primerjavo sem vzel še dva plačljiva, kakovostna dnevna časopisa, in sicer *Dnevnik* ter *Večer*. Podatki *Slovenske oglaševalske zbornice* (SOZ) kažejo, da se je prodana naklada največjim plačljivim kakovostnim dnevnikom v Sloveniji v zadnjih šestih letih, za to obdobje ima SOZ podatke, znižala. Od obdobja julij–september 2004 do obdobja april–junij 2010 se je prodana naklada Delu znižala za eno tretjino, Dnevniku za 12 odstotkov, *Večeru* pa za 29 odstotkov (SOZ 2010).

Tabela 6.1: Prodana naklada treh slovenskih časopisov

Obdobje	Delo	Dnevnik	Večer
April–junij 2010	52.084	41.325	36.148
April–junij 2009	55.162	44.412	39.231
April–junij 2008	59.660	47.125	42.212
April–junij 2007	65.212	47.731	43.577
April–junij 2006	67.090	48.558	46.572
April–junij 2005	73.329	47.076	48.902
Julij–september 2004	78.125	46.839	50.878

Vir: Slovenska oglaševalska zbornica (2010).

6.2 Povečanje števila spletnih uporabnikov

Padec naklad je časopisne hiše prisilil v iskanje novih načinov za prodajo novic mlajšim bralcem (Aviles in Carvajal 2008, 222). Ti namreč manj kot starejši berejo časopise (Meyer 2009, 20), a po drugi strani mnogo več uporabljajo internet. V prvem četrtletju 2009 je bilo med mladimi od 10. do 24. leta kar 98 odstotkov rednih uporabnikov interneta, med osebami, starimi od 55 do 74 let, pa jih je bilo 22 odstotkov (Zdešar 2010). Zato ni čudno, da časopisne hiše rešitev iščejo v digitalni tehnologiji, ki dovoljuje novinarjem hitrejšo produkcijo novic

prek različnih medijskih platform (Aviles in Carvajal 2008, 222). Tehnološki temelji novinarske konvergence so postavljeni v digitalizaciji novičarske produkcije (Aviles in Carvajal 2008, 222; Huang in drugi 2006, 93). Za zdaj je najbolj pogost digitalni medij internet, ki je navadno dostopen z računalnika (Dailey in drugi 2005, 154).

Razširjenost in uporaba interneta naraščata tudi v Sloveniji. V prvem četrletju leta 2004 je imelo 47 odstotkov gospodinjstev dostop do interneta, v prvem četrletju 2009 pa je bilo takih gospodinjstev že 64 odstotkov, kažejo podatki slovenskega statističnega urada (Zdešar 2010). Izboljšala se je tudi povezava do interneta, kar med drugim omogoča ogled multimedijskih vsebin. V prvem četrletju 2004 je imelo širokopasovno povezavo do interneta desetina gospodinjstev, v enakem obdobju leta 2009 pa 56 odstotkov. Ti podatki uvrščajo Slovenijo v povprečje Evropske unije (EU), kjer je imelo v prvem četrletju 2009 dostop do interneta 65 odstotkov gospodinjstev, širokopasovno internetno povezavo pa je uporabljalo, kot v Sloveniji, 56 odstotkov gospodinjstev. Narašča tudi delež rednih uporabnikov interneta – torej oseb, ki so internet uporabljale v zadnjih 3 mesecih: v prvem četrletju 2004 je bilo v Sloveniji v starosti od 16 do 74 let 37 odstotkov rednih uporabnikov interneta, v prvem četrletju 2009 pa 62 odstotkov. Za primerjavo; v EU je bilo v prvem četrletju 2004 45 odstotkov rednih uporabnikov interneta, v prvem četrletju 2009 pa 65 odstotkov (Zdešar 2010).

6.3 Medijska raznovrstnost

Dostop do interneta pa ni omejen zgolj na osebni računalnik. V prvem četrletju 2009 je v Sloveniji 26 odstotkov rednih uporabnikov interneta v starosti od 16 do 74 let za dostop do interneta uporabljalo mobilni telefon (GPRS, UMTS), 18 odstotkov prenosni računalnik z brezžično povezavo, 3 odstotki uporabnikov pa so za dostop do interneta uporabljali dlančnik. Podobno je tudi stanje v Evropski uniji, kjer četrtnina rednih uporabnikov interneta za dostop do interneta uporablja mobilni telefon, 14 odstotkov prenosni računalnik, 4 odstotki pa dlančnik (Zdešar 2010). Nekatere medijske organizacije so informacije že začele prenašati po celičnih telefonih, osebnih digitalnih tajnicah in pozivnikih. Tehnološki razvoj pa bo verjetno še povečal število naprav za prenos informacij (Dailey in drugi 2005, 154).

Sodoben medijski uporabnik hkrati uporablja različne medije (Quinn 2005, 20): gleda televizijo (z utišanim zvokom, da se lahko pogovarja po telefonu), lista časopis in revijo ter hkrati uporablja internet (Deuze 2004, 147).

Na trgu namreč obstajajo številni različni mediji, od časopisov in revij, pa do radia, televizije in interneta. Ob tem se mnogo medijskih hiš bori, da jim potrošnik nameni čas ter prebere, posluša, pogleda vsebine, ki jih posamezna hiša nudi. Med njimi je namreč konkurenca. Samo v Sloveniji je lani po podatkih raziskave *Mediana SM* delovalo 1.614 medijev, od tega 1.178 tiskanih in 262 spletnih medijev ter 95 radijskih in televizijskih programov (Inštitut za raziskovanje trga in medijev, *Mediana d. o. o.* 2010, 33).

Vendar ob vse večjem številu medijev in informacij ima potrošnik vse manj časa (Quinn 2005, 27). Obseg prostega časa se je začel krčiti sredi dvajsetega stoletja, ko so ženske opuščale gospodinjska dela, se zaposlovale in posvečale karieram. Prostega časa je bilo manj za vse, moške in ženske (Milosavljevič 2003, 40).

Ker ima potrošnik vse manj časa, zahteva hitro ponudbo. To pa se ne kaže zgolj v njegovem izbiranju novic, temveč so potrošniki tudi na drugih področjih pripravljeni plačati za udobnost: vedno več je spletnih trgovin, naročniških storitev, »vzemi s seboj« hrane ali pijače itd. (Quinn 2005, 27–28), kar kaže na spremenjene potrošniške navade. Predvsem mladi si želijo »hitre ponudbe«. Podatki namreč kažejo, da je spletno nakupovanje bolj priljubljeno med mladimi, saj so tudi uporabniki interneta v večini mlajši ljudje (Zdešar 2010).

6.4 Deregulacija medijskega trga

Poleg tega je značilnost medijskega trga v zadnjih letih še njegova nenehna rast, integracija, globalizacija in koncentracija lastništva (Deuze 2007, 59). Slednjo je omogočila deregulacija medijskega trga (Deuze 2004, 141). Deregulacija medijske zakonodaje in posledično koncentracija lastništva pa ni zgolj pojav zadnjih let, saj sta DeFleur in Dennis že leta 1981 pisala, da vse več časopisov prevzemajo konglomerati. Pri tem omenjata »avstralskega tiskovnega lorda« Ruperta Murdocha, ki je »prišel v Ameriko in začel kupovati časopise in revije. Vendar Murdochov vpliv /.../ je majhen v primerjavi s prevzemniki, ki svojih dejanj niso obešali na veliki zvon« (1981, 131). Tudi Herman in Chomsky sta v osemdesetih letih pisala o trendu proti večji integraciji ameriških medijev v tržni sistem, kar je posledica manj strogih pravil glede omejevanja medijske koncentracije, lastniške politike in nadzora s strani nemedijskih družb. Hkrati je prišlo tudi do opustitve omejitev, ki so bile sicer že prej precej prilagodljive glede radijskih in televizijskih komercialnih postaj. Večja dobičkonosnost v manj reguliranem okolju je tako povečala število prevzemov in groženj s prevzemi (Herman in Chomsky 1988).

Tako so se pojavile mednarodne medijske korporacije (Deuze 2004, 141). Na svetovnem medijskem trgu dominira sedem oligopolistov, in sicer *Sony*, *Viacom*, *Bertelsmann*, *News Corporation*, *Vivendi*, *Disney* in *Time Warner* (Deuze 2007, 59). Ti medijski konglomerati nadzorujejo vedno več svetovnih medijev (Schudson 2005). Še več; velike medijske korporacije so svoj vpliv razširile na celotno ameriško gospodarstvo, družbeni in politični svet. Vplivajo na življenje vsakega državljana doma, v šoli in službi (Bagdikian 2004, 9–10). V Sloveniji sta se »pospešena koncentracija in monopolizacija medijskega kapitala« zgodili po osamosvojitvi, ko se je privatiziralo nekdanje družbeno premoženje (Bašić Hrvatin 2000, 61). V nasprotju z drugimi postsocialističnimi državami, v katerih je potekala intenzivna razprodaja medijev tujim lastnikom, je Slovenija dobila prvega tujega (ameriškega) televizijskega lastnika šele leta 1995, prvo večjo tujo naložbo na področju tiskanih medijev pa šele leta 1999, ko je švedski *Dagens Industri* vstopil v *Finance* (Bašić Hrvatin 2000, 61–62). Koncentracijo v slovenskih medijih omejujeta dva zakona. *Zakon o medijih* določa, da izdajatelj splošnoinformativnega tiskanega dnevnika oziroma več kot dvajsetodstotni lastnik tega izdajatelja ne sme biti tudi izdajatelj ali soustanovitelj izdajatelja radijskega oziroma televizijskega programa, niti ne more izvajati radijske in televizijske dejavnosti. Velja tudi obratno⁸ (56. člen). Poleg tega mora vsak, ki želi pridobiti več kot 20 odstotkov lastniškega ali upravljaljskega deleža izdajatelja radijskega, televizijskega ali splošnoinformativnega tiskanega dnevnika, pridobiti soglasje ministrstva za kulturo. To lahko prošnjo zavrne, če bi se s tem ustvaril prevladujoč položaj na oglaševalskem trgu in v medijskem prostoru⁹ (58. člen).

Koncentracijo lastništva v Sloveniji omejuje tudi *Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence*, ki prepoveduje koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco v Sloveniji ali njenem znatnem delu, zlasti kot posledico ustvarjanja ali krepitev prevladujočega položaja (11. člen). Upoštevanje tega zakona nadzoruje Urad za varstvo konkurence, ki je že

⁸ Podobno je v Nemčiji, kjer je prepovedano, da bi bila ena medijska hiša lastnica tako časopisa kot tudi televizijske postaje. Koncentracija lastništva namreč domnevno omejuje raznovrstnost vsebine na trgu in število neodvisnih virov, kar naj bi bilo nevarno za demokracijo (Meier 2007, 7). Po drugi strani večina anketiranih ameriških novinarjev meni, da ni realno pričakovati zgolj enega novičarskega ponudnika na trgu (Singer 2006, 40).

⁹ *Zakon o medijih* določa, kaj pomeni prevladujoč položaj v medijskem prostoru za radijski in televizijski program ter za splošnoinformativne tiskane časopise. Prevladujoč položaj v medijskem prostoru po tem zakonu pomeni, da bi pravna ali fizična oseba sama ali s povezanimi osebami dosegla več kot 15 odstotkov (oziroma več kot 30 odstotkov) pokritosti prebivalstva v Sloveniji z analognimi prizemeljskimi radijskimi (oziroma televizijskimi) programi glede na celotno pokritost prebivalstva Slovenije z vsemi radijskimi (oziroma televizijskimi) programi, ki se razširjajo s prizemeljsko analogno radijsko tehniko po radijskih frekvencah za analogno radiodifuzijo. Prevladujoč položaj na medijskem trgu je tudi, če število izvodov dnevnikov ene osebe ali skupine povezanih oseb preseže 40 odstotkov vseh prodanih izvodov splošnoinformativnih tiskanih medijev v Sloveniji, ki izhajajo najmanj trikrat tedensko (58. člen).

vzel pod drobnogled 80-odstotno lastništvo *Dela* v medijski hiši *Večer* ter uvedel postopek presoje skladnosti koncentracije s pravili konkurence zoper obe družbi. Urad je namreč na podlagi ocene tržnih deležev *Dela* in *Večera* na trgu prodaje dnevnik časopisov in trgu oglaševanja v dnevnik časopisih posumil v nezakolitost (Urad za varstvo konkurence 2009). Urad je nato *Delu* naložil odprodajo *Večera*. Odločili so se, da bodo *Večer* prodali podjetju *3Lan*, soglasje k prodaji pa morata dati tako UVK kot tudi kulturno ministrstvo (Tekavec 2010).

6.5 Zmanjšanje stroškov v novičarski organizaciji

Izboljšanje kakovosti novinarstva je le eden od dveh razlogov, da menedžerji uvajajo konvergenco. Eden najbolj popularnih mitov o konvergenci je, da ta znižuje stroške. Mnogi menedžerji menijo, da večveščinski novinarji – ki znajo ustvarjati za različne medijske platforme, kot so tisk, splet, televizija, radio – za enako plačo naredijo več prispevkov. S tem pa medijska organizacija potrebuje manj novinarjev. Vendar s konvergenco se danes ne privarčuje (Quinn 2005, 16; Deuze 2004). Medijska hiša mora namreč kupiti novo (strojno in programsko) opremo, ki potrebuje vzdrževanje, zagotoviti mora izobraževanje novinarjev, najeti nove ljudi (predvsem z znanjem o informacijski tehnologiji) itd. (Deuze 2004, 143).

Številne časopisne hiše so integracijo začele leta 2008 (Burke 2009), ko se je začela svetovna finančna in gospodarska kriza. Seveda je priprava na integracijo dolgotrajna, tudi večletna. Zato bo šele čez nekaj let mogoče videti, kakšen je bil vpliv krize na trend integracije.

Prav gotovo pa je kriza prinesla težje čase za medijske hiše. Poleg tega, da je poslovanje časopisov oteženo zaradi padca prodaje (Meyer 2009; Slovenska oglaševalska zbornica 2010) in da so klasični mediji, predvsem tisk, v zadnjih letih zaradi interneta pod velikim finančnim pritiskom (Belmas in Vanacker 2009, 111), je kriza zmanjšala višino prihodkov od oglaševanja v medijskih organizacijah (Bašić Hrvatinić 2009; Čibej 2009; Gitlin 2009; Slovenska tiskovna agencija 2009). Ameriški časopisi so še pred tremi leti z oglaševanjem zaslužili skoraj 50 milijard dolarjev, že leta 2008 pa je ta številka padla za 23 odstotkov – na 38 milijard dolarjev. Zaslužek jim ni pobral le internet, kamor so se večinoma preselili mali oglasi, ki so nekoč časopisom prinašali polovico oglaševalskega iztržka, hipotekarna kriza je oklestila oglaševanje nepremičnin, kriza v avtomobilski industriji je udarila po avtomobilskih reklamah, čedalje manj pa je bilo tudi oglasov za nova delovna mesta. Tudi spletno oglaševanje, od katerega so toliko pričakovali, ni prineslo obetanih zaslužkov (Čibej 2009). Negativni trend se je nadaljeval tudi lani, ko so prihodki od oglaševanja padli na 25 milijard

dolarjev. Toliko so časopisi z oglaševanjem zaslužili leta 1985, kaže poročilo ameriških novinarjev *The State of the News Media 2010* (2010). Še večji padec so imeli leta 2009 španski mediji, ki so od začetka gospodarske krize do oktobra lani zaznali okoli 30-odstotni padec prihodkov od oglaševanja (Slovenska tiskovna agencija 2009).

Tiskani mediji se spoprijemajo s krizo neverjetnih razsežnosti (Bašić Hrvatinić 2009). V ZDA je v zadnjem času propadlo več, predvsem regionalnih časopisov. Drugi so povsem ukinili tiskano izdajo in objavljajo le še spletne novice, nekateri pa so zmanjšali stroške tiskanja in distribucije, ki običajno znašajo okoli 40 odstotkov vseh stroškov v časopisni industriji, zato v tiskani obliki izhajajo le še občasno. Kriza pa ni prizanesla niti velikim časopisom (Čibej 2009). Velike težave so tudi posledica slabih poslovnih odločitev v preteklosti; od velikega zadolževanja pa do precedenčnega ponujanja brezplačnih vsebin na internetu (Gitlin 2009).

Tudi slovenski tiskani mediji so se spoprijeli z upadom oglaševalskega prihodka. Vrednost oglaševanja se je zmanjšala predvsem pri dnevnikih (glej Tabelo 6.2), zato se je med tiskanimi mediji vnel pravi boj za vsakega posameznega oglaševalca (Delo, d. d. 2010, 19). Zaradi padca oglaševanja je tudi v slovenskih (tiskanih) medijih prišlo do tako imenovane racionalizacije, in sicer znižanje honorarjev, odprave stimulacij, odpuščanja honorarnih sodelavcev ...

Tabela 6.2: Vrednost bruto (brez popustov in z lastnimi objavami) oglaševanja (v evrih)

Medij	2007	2008	2009
TV	255.205.954	296.765.650	320.510.243
Dnevni časopisi s prilogami	71.774.251	80.340.020	69.451.844
Preostali časopisi, revije	55.863.804	59.960.873	57.923.446
Plakati	32.179.865	35.777.811	37.333.192
Internet	10.351.898	18.439.694	18.471.335
Drugo (kino, mobilni marketing)	1.450.619	1.302.241	2.245.406
Skupna vsota	430.372.479	496.064.328	508.977.889

Vir: IBO (v Delo, d. d. 2010, 19).

7 Novinarska produkcijska praksa

V empiričnem delu naloge bom analiziral spremembe produkcijske prakse zaradi uvedbe integriranega uredništva in procesa konvergence. Vsak tip konvergence v uredništvu namreč vpliva na nekatere tradicionalne novinarske prakse (Aviles in Carvajal 2008, 225; Deuze 2007, 70), konvergenca pa novinarstvo sooblikuje tudi drugače (Pavlik 2004; Deuze 2007). Zato v tem poglavju pojasnujem sooblikovanje konvergence na novinarstvo, navajam značilnosti novinarskega sporočanja procesa, ki določa okvire novinarskega dela, in opisujem ugotovitve dosedanjih raziskav na področju sprememb produkcijske prakse zaradi uvedbe integrirane redakcije.

7.1 Sooblikovanje konvergence na novinarstvo

Konvergenca različnih medijev in tehnologij medijskim ustvarjalcem omogoča, da svoje zgodbe predstavijo v različnih platformah, na različne načine privabijo občinstvo in v istem času uporabljajo različne medije. Te priložnosti ponujajo novinarjem, pa tudi predstavnikom za odnose z javnostmi in oglaševalcem, nove izzive pri ustvarjanju vsebin (Deuze 2007, 70–71).

Konvergenca neposredno vpliva na štiri elemente industrije množičnih medijev: vsebino, odnos med proizvajalci in občinstvom, strukturo podjetij in produkcijsko prakso (prav tam).

Enako našteva Pavlik (2004), le da on govori o konvergenci zgolj v novinarstvu, in ne v celi industriji množičnih medijev. Pri tem sicer bolj razširi vpliv konvergence na odnos, saj pravi, da konvergenca ne vpliva zgolj na odnos med proizvajalci in občinstvom, temveč spreminja tudi odnose med novinarji (2004, 28). Tako kot Deuze (2007) pa tudi Pavlik našteva, da konvergenca spreminja strukturo novinarskih uredništev, novinarske prakse in novinarsko vsebino.

7.2 Novinarski sporočanski proces

V večini sodobnih jezikov zahodne civilizacije novinarstvo označuje zbiranje, pisanje, urejanje, razširjanje informacij in siceršnje (predvsem duhovno) prispevanje k dnevnemu in drugemu periodičnemu tisku, radijskim in televizijskim programom ter spletnim časnikom na medmrežju. Novinar je najpomembnejša oseba v tem procesu. Vendar novinarsko delo ni

mehanično ali tehnično ustvarjanje časopisa, temveč simbolna manipulacija in ustvarjanje smisla (Splichal 2000, 48).

Novinarju zato pripada osrednja vloga subjekta v klasičnem pojmovanju novinarskega sporočanja procesa. On je tisti, ki (i)zbira, sprašuje, povzema, obdeluje, spreminja, upoveduje ..., se odloča in ima nadzor. Novinar kot subjekt nadzira temeljne procese v medijski realnosti: zbiranje informacij, izbor dogodkov in dejstev ter oblikovanje sporočila. Na vseh treh stopnjah novinarskega sporočanja procesa vseskozi potekajo procesi odločanja. Sprejete odločitve naj bi bile novinarjeve (urednikove) in ponavadi vsaj navidezno tudi so. Vplivi, ki delujejo nanje, namreč običajno niso tako izrecni in razvidni, da bi lahko rekli, da je novinar oziroma urednik povsem očitno svoje mesto subjekta prepustil zunanjim, nenovinarskim akterjem (Poler Kovačič 2004, 24–25).

A novinarji danes delujejo v tržnem okolju (McManus 1994): medijska industrija se namreč ukvarja z izzivi, podobnimi kot katera koli druga komercialna organizacija, denimo globalno in lokalno (glokalno) konkurenco, skrbjo glede prodaje, prihodki od oglaševanja ter dobičkom (Deuze 2007, 63). V tržnem modelu produkcije novic se tako zastavlja vprašanje, kdo postavlja pogoje novinarjevega dela. Mnenja teoretikov so različna. Nekateri poudarjajo lastnike, drugi bogate v družbi, tretji oglaševalce, četrti potrošnike, peti vplivne vire informacij ... (Poler Kovačič 2004, 24).

V nadaljevanju podrobneje opisujem posamezne faze novinarskega sporočanja procesa, torej zbiranje informacij, izbor dogodkov in dejstev ter oblikovanje sporočila. S tem podrobneje predstavljam novinarsko delo.

7.2.1 Zbiranje informacij

Odkrivanje, s katerim novinarji spoznajo dogodke in teme, o katerih je vredno poročati, je izjemno pomembno, saj na njem temeljijo vse druge odločitve v uredništvu. Osnovna naloga novinarjev in novinarskih organizacij je aktivno in neodvisno preiskovati svojo okolico, kajti le tako bo javnost svojo okolico najboljše razumela (McManus 1994, 95–96). Na podlagi raziskave o odkrivanju novic pri lokalnih televizijskih postajah je McManus oblikoval tri kategorije odkrivanja novic. Kategorija »minimalno aktivnega odkrivanja« vključuje sporočila za javnost, telefonske klice predstavnikov za odnose z javnostmi, gradiva drugih novinarskih organizacij in rutinska preverjanja pri policiji ali reševalcih ... V kategorijo »zmerno aktivnega odkrivanja« sodijo zgodbe, ki izhajajo iz novinarskih konferenc, telefonskih klicev neuradnih virov, nadaljevanja že objavljenih zgodb. V kategorijo »zelo aktivnega odkrivanja« pa sodijo pogovor novinarja z virom informacij, udeležba na sestankih,

natančno pregledovanje dokumentov vladnih ali zasebnih ustanov, preiskovalne zgodbe in podobno (1994, 108).

Vendar v tržnem novinarstvu prevladuje »minimalno aktivno odkrivanje« (McManus 1994, 105). V fazi iskanja informacij zato izginja novinarsko vprašanje. Novinar informacij ne pridobiva s spraševanjem oziroma preverjanjem, ampak mu jih za objavo zainteresirani objekti preprosto dostavijo (Poler Kovačič 2002, 770). »Zelo aktivno odkrivanje« je namreč dražje ter zahteva več časa in osebja (McManus 1994, 97). Zato je zaradi časovnih in tudi stroškovnih pritiskov v fazi zbiranja informacij nujna rutinizacija novinarskega dela (npr. McManus 1994; Bennett 1996; Baskin in Aronoff 1998; Lippmann 1999; Schudson 2003; Poler Kovačič 2004).¹⁰

7.2.2 Izbor dogodkov in dejstev

Izbor dogodkov ter dejstev, o katerih bo novinar poročal, jih analiziral in komentiral, je bistven za redukcijo stvarnosti v množičnih medijih, saj je medijem dostopno več gradiva, kot ga lahko obdelajo in objavijo. Pri izboru gre za vprašanje, o katerih dogodkih naj bo javnost – v skladu s profesionalnimi merili objavljalivosti oziroma novičarsko vrednostjo dogodkov – obveščena, da bo zadoščeno njeni pravici do obveščenosti (Poler Kovačič 2002, 768).

V fazi izbora dogodkov in dejstev prihaja do izbiranja novic. S procesom izbire novic pa se ukvarja mnogo teorij. Karmen Erjavec našteva štiri vrste teorij. Nekatere teorije v ospredje postavljajo novinarja in trdijo, da je izbira novic zaznamovana s profesionalnimi odločitvami novinarja.

Druga vrsta teorij, sociološke študije, pri izbiri novic v ospredje postavlja organizacijska pravila. Nekatere organizacijske teorije poudarjajo predvsem tržne zahteve, druge svojo pozornost usmerjajo predvsem v samo medijsko organizacijo, njeno strukturiranost in delitev dela. Teorije se razlikujejo glede na delež vpliva organizacijskih pravil in zahtev na izbiro vsebine. Nekatere teorije pozabljajo, da so novinarji vpeti v določene institucije, ki postavljajo pravila izbire. Med bolj znanimi organizacijskimi teorijami je Whitova teorija o uredniku vratarju oziroma odbiralatelju¹¹ (1950). Ta teorija v ospredje postavlja urednika, ki kot vratar odpira in zapira vrata novicam.

Tretji pristop pri procesu izbire postavlja v ospredje same dogodke. Gre za tako imenovano teorijo zrcala, ki je zelo popularna med novinarji in trdi, da dogodki določajo izbiro novic, novinarji pa le držijo zrcalo občinstvu. Pomen teorije zrcala se je zmanjšal v šestdesetih letih,

¹⁰ Več o rutinizaciji v poglavju 8 Rutinizacija novinarskega dela.

¹¹ Gatekeeper teorija. Termin gatekeeper je utemeljil Kurt Lewin (White 1950: 383).

ko so medijski kritiki poudarili dejstvo, da so novinarji tisti, ki posvečajo pozornost samo nekaterim dogodkom in pretvarjajo dogodke v novice.

Zadnja skupina teorij pa razlaga izbiro novic s silami zunaj medijske organizacije. Tehnološki deterministi trdijo, da je sporočilo določeno z medijsko tehnologijo. Ekonomski deterministi vidijo državno ekonomijo kot oblikovalno izbire vsebine. Nekateri (neo)marksisti vidijo novinarje kot agente monopolnega kapitalizma. Ideološki deterministi verjamejo, da novinarji izbirajo novice na podlagi skladnosti s politično ideologijo, ki jo posredujejo nosilci moči. Kulturni teoretiki menijo, da novinarji selekcionirajo dogodke na podlagi vrednot nacionalne kulture. Podoben temu je pristop, ki se umerja na občinstvo, ki da dobi novice, kakršne si zasluži. Druge teorije pa trdijo, da je novinarjeva izbira odvisna od virov informacij (1999, 52–53).

7.2.3 Oblikovanje sporočila

Oblikovanje novinarskega prispevka (pisanje prispevka za časopis) ali obdelava zbranega gradiva (montaža in oprema posnetega gradiva v elektronskih medijih) je zadnja faza novinarskega dela. To je faza, v kateri se individualne lastnosti in ustvarjalne sposobnosti posameznega novinarja najbolj uveljavijo. Vendar mora novinar pri pripravi na pisanje še enkrat pregledati razpoložljive podatke in se prepričati, da nič ne manjka. Ta pregled mu omogoča še zadnji izbor informacij na podlagi raznovrstnosti, točnosti, preglednosti, stvarnosti, uravnoveženosti in razumljivosti, torej temeljnih novinarskih norm. Z znanimi osnovnimi informacijami in jasno začrtanim ciljem, kaj hoče s svojim pisanjem povedati, se novinar zlahka odloči za žanr. Pri tem mora upoštevati pravilo, da vsebina določa obliko prispevka. Glede na značilnosti posameznega žanra bo novinar ustrezno nanizal dejstva in argumente ter jih strnil v celoten novinarski prispevek, v katerem se bo kot rdeča nit vlekel logičen in neprekinjen tok (Erjavec 1999, 71–72).

Vendar, da novinar zadosti prej omenjenim novinarskim normam, je potreben čas. Zato je manj pozornosti lahko namenjene informacijam, če želi novinarska hiša maksimizirati dobiček. Zanimiva tema tako zamenja pomembno, zanimiv citat in vir zamenja informativen citat in vir (McManus 1994, 89). Tržni vplivi torej zaznamujejo tudi tretjo stopnjo sporočanja procesa. »Tržno naravnani novinar informacij pogosto ne premisli profesionalno, a jih naslovnikom kljub temu predstavlja kot "svoje" – novinarske –, torej "premišljene" informacije.« (Poler Kovačič 2002, 772).

V naslednjem podpoglavju navajam ugotovitve iz dosedanjih raziskav, kako sta konvergenca in integracija spreminjali produkcijsko prakso ter kako novinarji občutijo konvergenco in

integracijo v svojih medijskih hišah. Te ugotovitve bodo služile kot orientacija moji raziskavi, saj izpostavljajo nekatere ključne spremembe po uvedbi konvergence oziroma integriranega uredništva, a vsekakor se v empiričnem delu tega magistrskega dela ne bom osredotočil zgolj na spodaj raziskane dejavnike novinarskega dela. Hkrati pa bom ugotovitve v dosedanjih raziskavah lahko primerjal z ugotovitvami v moji raziskavi.

7.3 Spremembe produkcijske prakse ob uvedbi integrirane redakcije

7.3.1 Multimedijškost novinarjev

Konvergenca zahteva večveščinskost novinarja. Vsak novinar naj bi bil sposoben zbirati podatke, oblikovati vsebino, urejati sliko in zvok ter prenašati novice prek različnih platform (Aviles in Carvajal 2008, 225). V konvergiranim uredništvu se od novinarja namreč pričakuje, da lahko napiše isto zgodbo za različne medije in da je pripravljen na govorni nastop pred kamero. Prav tako se od fotografov vse bolj zahteva, da znajo predstaviti zgodbo v fotografiji in videu, oblikovalec pa mora znati pripraviti grafiko za tisk, televizijo in splet (Huang in drugi 2006, 86).

Naučiti novinarje večveščinskosti oziroma multimedijškosti je glavni izziv v medijski hiši, ki je začela integracijo, je pokazala raziskava v španski multimedijški skupini *Novotécnicos*. Vsak novinar naj bi bil iz ene informacije sposoben ustvarjati novinarske zgodbe za tiskano izdajo, radio, televizijo, spletno stran in druge platforme. Večveščinskost novinarja pa je potrebna pri vseh treh fazah novinarskega sporočanja procesa; pri zbiranju informacij je potrebna večveščinskost, saj novinarji od virov dobijo informacije v različnih formatih: tekstu, videu in avdiu. Med ustvarjanjem sporočila novinar uporabi informacijo za televizijski, radijski ali multimedijški prispevek. Novinarji morajo zato imeti znanje snemanja, urejanja videovsebin in zvoka ter objavljanja vsebin na spletu, postavljanja strani in fotografiranja. V *Novotécnicos* večšine več medijev obvlada 70 odstotkov novinarjev. Bolj so v multimedijškosti spretni radijski in televizijski novinarji, manj pa časopisni. Ti se namreč bolj upirajo nastopom pred kamero in urejanju videa, medtem ko novinarji elektronskih medijev nimajo takšnih težav pri pisanju za tiskano izdajo. Za primerjavo, v multimedijški skupini *La Verdad Multimedia*, kjer poskušajo izvajati konvergenco v neintegriranih uredništvih, je večveščinskih manj kot deset odstotkov novinarjev. V tej skupini novinarjem namreč ni treba proizvajati novičarskih vsebin za več medijev, če ne želijo. Kljub temu se novinarji strinjajo, da je večveščinskost dobra odlika novinarjev, saj odpira nove možnosti zaposlitve za mlajše novinarje (Aviles in Carvajal

2008, 229–236). Podobno je v družbi *Žurnal media*. »Koncept, da vsi delajo vse, je na spolzkih tleh, saj je nevarnost, da vse publikacije postanejo preveč podobne. Homogenizacija je ena od največjih nevarnosti integracije. Mi želimo na trgu nastopati s tiskanim in spletnim časopisom kot dvema ločenima produktoma,« pravi Goran Novković, odgovorni urednik tiskanih brezplačnikov *Žurnal* in *Žurnal24* (Vobič 2009).

7.3.2 Kakovost novinarskega dela v integrirani redakciji

Ker se v konvergiranem uredništvu poveča količina novinarskega dela in si predvsem spletni novinarji prizadevajo za hitrost in jo pričakujejo, se postavljajo vprašanja o novinarskih standardih, kot sta točnost in preverjanje informacij (Singer 2006). Mnogo novinarjev in medijskih strokovnjakov trdi, da zahteve po dodatnem delu in hitrosti spodkopavajo pogoje za novinarsko delo, predvsem zaradi zmanjšanja potrebnega časa za poročanje, raziskavo, ubeseditev in premislek o zgodbi (Klinenberg 2005, 60). To potrjujejo novinarji v *Novotécnici*. Ti so se strinjali, da se je izvajanje nekaterih novinarskih standardov, kot so točnost, preverjanje informacij in iskanje »drugih glasov« oziroma preostalih virov informacij, poslabšalo. Novinarji imajo namreč manj časa za en prispevek. Po drugi strani novinarjem *La Verdad Multimedia* ni treba ustvarjati novinarskih prispevkov za več medijskih platform. Menedžerji se namreč bojijo, da bi novinarji pri pokrivanju zgodbe s kamero, avdio snemalnikom in računalnikom porabili preveč časa za tehnologijo in z zahtevami posameznih medijev, s čimer bi se zmanjšala kakovost. Zato v tej skupini bolj poudarjajo sodelovanje med različnimi mediji (Aviles in Carvajal 2008, 231–232).

Vendar ankete kažejo, da večina novinarjev opaža boljšo kakovost dela in izdelkov po uvedbi integrirane redakcije oziroma konvergence. Kot je pokazala anketa med 302 urednikoma in novinarji ameriških medijev (Huang in drugi 2006), se 38 odstotkov anketirancev strinja ali močno strinja z ugotovitvijo, da konvergenca poslabša kakovost medija, 40 odstotkov se jih s to ugotovitvijo ne strinja ali močno ne strinja, 22 odstotkov pa jih ne ve. Večjih razlik v odgovorih med uredniki in novinarji ni bilo (Huang in drugi 2006, 91).

Bolj so zadovoljni novinarji *Avstrijske tiskovne agencije* (Meier 2007). Pol leta po uvedbi integrirane redakcije je 77 odstotkov anketiranih odgovorilo, da se je delo zaradi »odprtega uredništva« izboljšalo, hkrati pa večina novinarjev *Ape* meni, da se je povečalo sodelovanje s kolegi iz drugih redakcij in platform (Meier 2007, 11). Skoraj dve tretjini (60 odstotkov, preostali so nevtralni) novinarjev še meni, da se je izboljšal odzivni čas uredništva na izjemne dogodke – ki so temeljni za tiskovne agencije (Meier 2007, 15).

Čeprav doslej v Sloveniji ni bilo opravljenih celovitejših raziskav o spremembah produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije, poglobljeni intervjuji z nekaterimi novinarji brezplačnika *Žurnal 24* nakažejo, da vsaj dve novinarki menita, da se je kakovost njihovega dela po integraciji izboljšala. Ksenja Koren na primer poudarja, da so se nekateri vidiki njenega dela spremenili: »Super je, da lahko na spletni strani prva objavim kako novico. To pred integracijo ni bilo mogoče.« Urednica in novinarka *Zurnal24.si* Irma Hus pa poudarja, da integracija prinaša bolj kakovostne spletne novinarske vsebine: »Spletni novinar je omejen z *informacijami, saj je večinoma v zaprtem prostoru in je odvisen od zunanjih informacij*. Časopisni novinarji, ki so na terenu, pošiljajo informacije v uredništvo z mobilnimi telefoni ali po elektronski pošti. To nas spodbuja, da kličemo naprej in iščemo vire.« (Vobič 2009).

Tudi anketa med uredniki ameriških televizijskih postaj (Forte Duhe in drugi 2004) je pokazala, da so ti zadovoljni z izvajanjem konvergence v njihovem uredništvu; kar 93,3 odstotka jih je namreč odgovorilo, da je konvergenca prinesla pozitivne spremembe, in sicer večjo raznovrstnost zgodb (tako meni 70,9 odstotka urednikov, ki opažajo pozitivne spremembe), večji obseg občinstva (61,7 odstotka), večje število zgodb (34,6 odstotka), vizualno in intelektualno bolj privlačne zgodbe (27,8 odstotka), več prihodkov od oglaševanja (21,1 odstotka) ter nižje operativne stroške (18,8 odstotka) (Forte Duhe in drugi 2004, 94–95). A vendar prednosti konvergence vidi več urednikov kot novinarjev. Raziskava v ameriških medijih (Huang in drugi 2006) je namreč pokazala, da 73 odstotkov urednikov, a le 66 odstotkov novinarjev meni, da je z medijsko konvergenco pridobila medijska organizacija. Da je s konvergenco pridobilo občinstvo, meni 47 odstotkov urednikov in 38 odstotkov novinarjev, ter da so s konvergenco pridobili uredniki in novinarji, meni 30 odstotkov prvih in 24 odstotkov drugih (Huang in drugi 2006, 92).

Kako spremembe v kakovosti novinarskega dela vidijo novinarji na *Delu* bom preverjal v empiričnem delu naloge. Še pred uveljavitvijo integrirane redakcije pa so bili časopisni novinarji do projekta integracije skeptični, saj je večina intervjuvancev menila, da bo integracija prinesla odpuščanje zaposlenih (Vobič 2009).

7.3.3 Trk različnih kultur

Najtežji del konvergence za novinarje in menedžerje je integracija različnih kultur v uredništvu (Singer 2004, 10). Vsak medij ima namreč svojo kulturo, jezik, večšine in časovne roke. Zato je normalno, da so novinarji skeptični do neznanega, je poudaril eden izmed intervjuvanih ameriških urednikov (Huang in drugi 2006, 91–92). Pravzaprav se je mnogo

časopisnih novinarjev v ameriških medijih ustrašilo povezovanja s televizijskimi kolegi (Singer 2004, 10).

Nekateri novinarji španske *Novotécnice*, ki so delali za tiskani medij po deset let, nato pa so čez noč morali začeti ustvarjati novinarske prispevke tudi za radio in televizijo, so ob začetku uporabe kamer in novih tehnologij celo doživljali mnogo frustracij, je povedal predsednik uprave skupine *Novotécnica*. Prihajalo je tudi do sporov in pritoževanja novinarjev zaradi integracije, saj so nastali kulturni trki med novinarji s časopisnih in televizijskih uredništev. Integrirani model te skupine namreč teži k temu, da novinarji niso predani zgolj enemu mediju, temveč da novico obravnavajo kot temeljno blago, s katero se ukvarjajo ne glede na medij. Cilj integriranega modela *Novotécnice* je zato ustvariti enotno novinarsko kulturo, ki presega tradicionalne ovire kultur posameznih medijev. Ta model povečuje poistovetenje novinarjev z organizacijo, tako da novinarji razmišljajo o organizaciji kot celoti, in ne o ločenih platformah ali programih. Integrirani model presega tradicionalno kulturo »en medij, ena kultura« in promovira konvergenčno kulturo, ki je bolj usmerjena k vsebini kot k platformi. Nasprotno je pri skupini *La Verdad Multimedia*. Vsak medij te skupine ima namreč svojo kulturo, konvergenca pa je orodje, in ne cilj (Aviles in Carvajal 2008, 233–236).

Vendar je raziskava med ameriški novinarji (Singer 2004) pokazala, da težave zaradi »trka« različnih kultur niso stalne. Številni novinarji so namreč dejali, da se pričakovane težave sploh niso pojavile ali pa so izginile, ko so spoznali delo novinarjev v drugih medijih. »Zdaj televizijske novinarje mnogo bolj spoštujem,« je priznal eden izmed njih (Singer 2004, 10).

Slovenski časopisni novinarji se (še) ne integrirajo s televizijskimi kolegi, temveč s spletnimi novinarji. Kakšen je bil kulturni trk med časopisnimi in spletnimi novinarji na *Delu*, bom raziskoval v empiričnem delu naloge. Raziskava pa kaže, da imajo spletni novinarji na *Delu* in tudi *Žurnal* za nekatere novinarje časopisne edicije status podrejenosti in podcenjenosti (Vobič 2009).

7.3.4 Komunikacija med novinarji v integriranem uredništvu

Tako ameriški novinarji (Singer 2004), kot tudi novinarji v *Avstrijski tiskovni agenciji* priznavajo, da po vzpostavitvi integriranega uredništva bolje razumejo delo novinarjev v drugih redakcijah in da bolje sodelujejo s kolegi z drugih platform (Meier 2007, 11). Prav v medsebojnih odnosih in komunikaciji med novinarji leži uspeh konvergence (Singer 2004, 16). Sodelovanje med novinarji različnih redakcij *Avstrijske tiskovne agencije* se je po uvedbi integrirane redakcije izboljšalo za 82 odstotkov anketiranih novinarjev, za eno tretjino

novinarjev pa se je povečalo tudi sodelovanje med novinarji znotraj ene redakcije (Meier 2007, 11).

7.3.5 Pogoji dela v integriranem uredništvu

Novinarji v konvergiranim uredništvu preživijo za računalnikom v redakciji mnogo več časa kot na terenu, med ljudmi, kažejo mnoge raziskave (Deuze 2004, 146). To po eni strani kaže, da imajo novinarji manj časa za preverjanje zgodb, saj več časa porabijo za produkcijo ene zgodbe za različne medije, na kar opozarjajo številni novinarji (Klinenberg 2005, 60; Aviles in Carvajal 2008, 231). O tem sem podrobneje pisal zgoraj. Po drugi strani pa so prav zaradi tega pogoji dela v uredništvu še pomembnejši, kot če novinar več časa preživi na terenu.

Nekatere novinarje *Avstrijske tiskovne agencije* v integrirani redakciji moti hrup, osvetlitev in toplotna regulacija. Glede delovnega okolja se zdi, da so največji razlogi za nezadovoljstvo toplotna regulacija, akustika in svetloba. Glede tega so razmere slabše kot v starih prostorih. Čeprav se je *Apa* trudila, da bi te pomanjkljivosti v odprtem uredništvu zmanjšala na minimum, je skoraj nemogoče zadovoljiti vse osebje. Vzemimo za primer akustiko: medtem ko se nekateri pritožujejo, da se ob hrupu težko zberejo, drugi trdijo, da bi ukrepi za zmanjšanje hrupa ovirali komunikacijo v oddelku (Meier 2007, 12).

8 Rutinizacija novinarskega dela

Novinarska uredništva so kompleksne družbene strukture z različnimi kulturami, rutinami in normami (Singer 2004, 14). Zato se v vsakem novinarskem mediju ob procesu integracije ustvarja konflikt med rutinami in novimi praksami (Huang in drugi 2006). V nalogi bom preučeval, kako integracija v medijski hiši *Delo* vpliva na dnevne rutine novinarjev in standardizacijo njihovega poročanja. Še prej pa je treba pojasniti, zakaj je novinarsko delo rutinsko.

»Čeprav bi vsi poročevalci sveta delali 24 ur na dan, ne bi mogli prisostvovati vsem dogodkom na svetu. Ni jih veliko in nobeden od njih ne more biti hkrati na več kot enem mestu. Prav tako tudi niso jasnovidci, nimajo kristalne krogle in sveta ne vidijo po svoji volji, pa tudi prenos misli jim ne pomaga. Vseeno bi bilo število tem, ki jih sorazmerno uspe pokriti tako malo ljudi, pravi čudež, če ne bi šlo za standardizirano rutino.« (Lippmann 1999, 215).

Tako kot vsak drug poklic tudi novinarstvo temelji na rutinah, standardiziranih dejanjih (Bennett 1996, 118). Standardizacija in rutinizacija sta pravzaprav v novinarstvu nujni (Poler Kovačič 2004, 39) ali kot je že leta 1922 zapisal Walter Lippmann, bi urednik zaradi velikega časovnega pritiska »brez standardizacije, stereotipov, rutinskih presoj, brez precej grobega zanemarjanja odtenkov od razburjenja kmalu umrl« (1999, 222). Novinarstva namreč ni mogoče obvladati brez standardizacije, saj je standardiziran proizvod gospodaren pri času in delu, obenem pa tudi delno jamstvo proti propadu (prav tam).

Časovni pritisk na novinarje je morda najpomembnejši dejavnik za nujnost rutinizacije. Ker so novinarji pod pritiskom, da oddajo proizvod vsakih 24 ur ali še pogosteje, kar se dogaja vedno večkrat, so odvisni od zanesljivih rutin, navad, konvencij in domnev o tem, kako, zakaj in kje dobiti informacijo (Schudson 2003, 34).

Novinarsko delo je zaradi rutinizacije tudi cenejše. Neodvisna preiskava v skupnosti je draga. Ceneje se je zanesti na druge obveščevalce, kot so tiskovne agencije in predstavniki za odnose z javnostmi, da prepoznajo dogodke in teme v skupnosti, kot pa najeti osebje, ki bi se vključilo v skupnost (McManus 1994, 88). Tako bi bila novinarska ekipa, ki bi samostojno pridobivala podatke od vsake pomembne organizacije v mestu, brez pomoči njihovih predstavnikov, zelo draga (Baskin in Aronoff 1998, 197).

Kot rutinske kanale zbiranja informacij torej pojmujeemo uradne zadeve (npr. sodni postopki, zaslišanja v parlamentu, parlamentarna zasedanja, seje vlade, obiski državnikov), sporočila za javnost, novinarske konference, tiskovne agencije, sporočila iz drugih novinarskih

organizacij, nespontane dogodke (športne, kulturne, turistične, zabavne prireditve, govore, slovesnosti, vnaprej pripravljene demonstracije, različne dogodke, napovedane in ustvarjene s prvotnim namenom, da bi o njih poročali), pisma bralcev, javnomnenjska glasovanja, ki so jih izvedle in uredništvom dostavile druge, zunanje ustanove (Poler Kovačič 2004, 39). »Rutine novinarjem oziroma urednikom olajšajo odgovore na vprašanja, kot so: Kaj je za občinstvo sprejemljivo? Kaj je medijska organizacija zmožna predelati? Kakšno neobdelano gradivo je pri dobaviteljih (virih informacij) dostopno?« (Poler Kovačič 2004, 43).

Novinarja silijo v standardizacijo poročevalskih navad trije viri pritiskov, in sicer pritiski virov informacij, novinarskih organizacij in kolegov novinarjev (Bennett 1996, 119). Novinarske organizacije spodbujajo uporabo formul; uredniki nenehno pritiskajo na novinarja začetnika, kako naj poroča. Sčasoma novinarji svoj slog prilagodijo zahtevam organizacije (Bennett 1996, 123). Znotraj vsakega novinarskega oddelka¹² namreč obstaja določena organizacijska kultura, torej niz sporazumov o načinu dela. Ta obsega novinarske norme, ki predstavljajo interese državljanov, in tržne oziroma poslovne norme, ki predstavljajo interese lastnikov. Namen novinarske norme je poročanje o temah javnega interesa¹³, namen poslovne norme pa je maksimizacija dobička. Organizacijska kultura oba niza norm povezuje v ravnanja, ki jih v določenem novinarskem uredništvu nagrajujejo, dopuščajo ali kaznujejo (McManus, 1994, 24–26).

Novinarji sicer lahko ustvarjajo »svoje« novice, vendar tega ne morejo početi, kakor želijo, in ne v razmerah, ki bi jih izbrali sami, ampak v okoliščinah, ki jih zaznamuje in opredeljuje ritem novinarske organizacije. Organizacijski pritiski, ki spodbujajo rutinizacijo in standardizacijo novinarstva, pa so danes močnejši kakor kadar koli prej (Manning 2001, 54). Ekonomski pritiski danes namreč novinarje še bolj spodbujajo k cenejšemu in preprostejšemu poročanju (Poler Kovačič 2004, 44).

Medtem ko je rutinizacija po eni strani rešitev za novinarja, da ti sploh lahko delujejo, kot od njih zahtevajo časovni pritiski, pa je po drugi strani tudi težava sodobnega novinarstva. Avtorji se namreč na splošno strinjajo, da težava svobodnega tiska, ki ubogljivo poroča po nareku oblasti, leži v kombinaciji dveh dejavnikov, in sicer rutinskega zbiranja informacij novinarjev in njihovih organizacij ter profesionalnih norm in kodeksov, ki temeljijo na teh organizacijskih rutinah (Bennett 1996, 117).

¹² McManus uporablja izraz oddelek (department), ker meni, da je ta izraz bolj točen kot novinarska organizacija (news organisation) ali novinarska družba (news firm). Po njegovem mnenju v sodobnem komercialnem novinarstvu novice producirajo podenote medijske družbe, ne pa samostojna podjetja, ki sama ustvarjajo prihodek (1994: 24).

¹³ Teme javnega interesa razumem kot teme, ki so pomembne za demokratičnost družbe. Javni interes ni enako kot javna radovednost, ki se izraža v želji občinstva po senzacionalističnih in tabloidnih zgodbah.

8.1 *Sovplivanje med konvergenco in novinarskimi rutinami*

Pregled članka Marka Deuza *Kaj je multimedijско novinarstvo?*¹⁴ (2004) pokaže, da je odnos konvergence z rutinami novinarskega dela dvosmeren. Po eni strani konvergenca vpliva na rutine, po drugi strani pa rutine vplivajo na konvergenco in s tem tudi na integrirano uredništvo.

Konvergenca se pojavlja v različnih oblikah in jakosti, nanjo pa vplivajo dejavniki dveh vrst, in sicer notranji in zunanji dejavniki. Notranji dejavniki so značilni za vsako medijsko hišo, to so novinarske prakse, rutine, rituali, kulture, zunanji dejavniki pa so regulacija, konkurenca, vlagatelji, občinstvo. Zaradi različnih dejavnikov se struktura in organizacija integriranih uredništev med posameznimi medijskimi hišami razlikujeta (Deuze 2004, 142).

Po drugi strani sinergija med različnimi družbami, uredništvi ali novinarskimi oddelki vpliva na trdna pravila in rituale znotraj različnih kultur prej ločenih medijev ali oddelkov sodobne medijske organizacije. Menedžerji in uredniki se znajdejo v dilemi, kako najti ravnotežje med obstoječimi kulturami v novi kulturi v konvergiranem uredništvu, ki se je pojavilo kot feniks iz pepela, ali pa je bolje združiti obstoječe kulture, rituale, rutine in prakse v nekakšen hibrid, kjer star in nov način dela potekata vzporedno. Prve študije so pokazale, da ko so menedžerji poskušali doseči prvo, se je zgodilo drugo (Deuze 2004, 148).

¹⁴ *What is multimedia journalism?*

9 Medijska hiša *Delo*

To poglavje uvajam, ker bom empirični del naloge opravil na primeru medijske hiše *Delo*. V naslednjem podpoglavju predstavljam družbo *Delo*, najprej zgodovinski razvoj, posebej pa se osredotočam na lastništvo *Dela* in prizadetost zaradi padca oglaševalskih prihodkov v tej medijski hiši. Tako eno kot drugo namreč vpliva na vzpostavitev integrirane redakcije. Posebej omenjam tudi starostno strukturo zaposlenih, saj bom v analizi med drugim preučeval, ali starejši novinarji težje sprejmejo integracijo in nov način dela. V tem poglavju opisujem tudi založniški program *Dela*, saj od številnih edicij le nekatere izdelujejo novinarji iz integrirane redakcije. Na koncu pa predstavljam integrirano redakcijo v *Delu*, saj bom preučeval spremembe produkcijske prakse, ki so se pojavile zaradi njene uvedbe.

9.1 Predstavitev družbe *Delo*

Prvi izvod časopisa *Delo* je izšel na praznik dela, 1. maja 1959. Nastal je z združitvijo časnikov *Slovenski poročevalec* in *Ljudska pravica*. Sprva je *Delo* izhajalo v dveh izdajah s prilogama *Najdihojca* in *Program RTV*. Leta 1967 je začelo *Delo* izhajati v šestih pokrajinskih izdajah, istega leta pa je prvič izšla *Sobotna priloga*. Leta 1980 je *Delo* doseglo naklado več kot 100.000 izvodov in bilo za *Politiko* drugi najbolj prodajan časopis v Jugoslaviji. Dve leti kasneje je bila zgrajena stolpnica na Dunajski cesti v Ljubljani. V tako imenovani Črni vdovi medijska hiša *Delo* domuje še danes.

Po osamosvojitvi Slovenije se je dotedanji *TOZD Delo* preoblikoval v *Delo, časopisno-založniško podjetje, d. o. o. Delo*, ki se mu je pridružila oglaševalska agencija *Stik*, je tako postalo samostojno podjetje s približno 300 zaposlenimi in vsemi potrebnimi poslovnimi funkcijami, kot so računovodstvo, finance, pravna služba, kadrovska služba, naročniška služba in raznašalska mreža. Leta 1991 je začel izhajati tabloidni časopis *Slovenske novice*, ki je najbolj bran slovenski dnevni časopis. Sčasoma je *Delo* uvedlo nedeljski tednik *NeDelo* in različne priloge.

Leta 2003 je *Delo* dobilo sodobnejše tiskarsko središče, ki omogoča barvni tisk lastnih časopisov in prilog ter tiskanje edicij drugih naročnikov. V želji po čim večji prilagodljivosti in neodvisnosti je leta 2005 prešlo tudi na lastno distribucijo, leta 2009 pa je distribucijo organiziralo znotraj samostojnega podjetja *Izberi, d. o. o.*

Na *Delu* poudarjajo, da je glavni cilj družbe postati vodilna multimedijska hiša v Sloveniji. S prilagajanjem razvoju sodobnih, interaktivnih tehnologij želijo ponudbo tiskanih medijev namreč razširiti še na področje elektronskih (Delo, d. d.).

Delniška družba *Delo* je v lasti koncerna Pivovarne Laško. Pivovarna ima namreč 80,83-odstotni lastniški delež, njena povezana družba Radenska 19,17-odstotni delež, Firma del pa 0,003-odstotni delež (Delo, d. d. 2010, 33). To se utegne spremeniti, saj je direktor Pivovarne Laško Dušan Zorko že napovedal prodajo. Pivovarna naj bi se osredotočila na svojo osnovno dejavnost – proizvodnjo in prodajo pijač (Tekavec 2010a). V družbi *Delo, d. d.*, je bilo konec leta 2009 zaposlenih 453 delavcev, od česar jih je nekaj več kot 300 zaposlenih na novinarskem področju. Za primerjavo: ob koncu leta 2008 jih je bilo zaposlenih 470, leto prej 474, leta 2006 pa 478. Ob koncu leta 2009 je bilo 163 zaposlenih starih med 31 in 40 let, 138 jih je bilo starih med 41 in 50 let, 104 so bili stari med 51 in 60 let, 25 jih je bilo starih nad 60 let, 23 pa pod 30 let (Delo, d. d. 2010, 24–25). Gospodarska kriza je prizadela tudi *Delo*, saj niso dosegli načrtovanih oglasnih prihodkov. Ti so se zmanjšali za približno tretjino. Zato je družba občutno znižala stroške, predvsem stroške dela (Delo, d. d. 2010, 5).

9.2 Založniški program *Dela*

9.2.1 Samostojne edicije

Družba *Delo* izdaja pet samostojnih edicij. Dnevnik *Delo* je osrednji slovenski časnik s polstoletno tradicijo. *Delo* je med plačljivimi dnevnimi časopisi drugi najbolj bran dnevnik v Sloveniji, uvršča pa se tudi na drugo mesto po prodani nakladi (Delo, d. d.).

Slovenske novice so najbolj bran slovenski dnevni časopis. Temu tabloidnemu dnevniku je lani prvič v 20-letni zgodovini padla naklada. Razlog je predvsem v gospodarski recesiji in s tem zniževanju življenjske ravni, manj pa v splošnem svetovnem trendu odmiranja tiskanih medijev. Kriza je namreč najbolj prizadela tisti del slovenske populacije, v katerem je največ naročnikov ali kupcev *Slovenskih novic* (Delo d. d. 2010, 14).

NeDelo je edini slovenski časnik, ki izhaja ob nedeljah. Poleg aktualnih tem poroča še o tedenskem dogajanju in družabnih vsebinah, dopolnjuje pa ga tudi kulinarična priloga *Odprta kuhinja* (Delo, d. d.). Naklada *NeDela* je leta 2009 ostala stabilna; medtem ko se je po eni strani znižala prodaja v kolportaži, se je po drugi strani povečalo število naročnikov (Delo, d. d. 2010, 15).

Pogledi so štirinajstdnevnik za umetnost, kulturo in družbo, ki so začeli izhajati 7. aprila 2010 v projektu Ljubljana – svetovna prestolnica knjige 2010. Sofinancirata ga Mestna občina Ljubljana in Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije. *Pogledi* izhajajo vsako drugo sredo, namenjeni pa so zahtevnim, izobraženim bralcem (Delo, d. d.).

Grafičar je strokovna revija, namenjena informiranju in izobraževanju profesionalne grafične javnosti o tiskarstvu, hkrati pa strokovno bralstvo seznanja z najsodobnejšimi tehnološkimi usmeritvami (Delo, d. d.).

9.2.2 Redne priloge *Dela*, *NeDela* in *Slovenskih novic*

Torkova priloga *Dela* in *Slovenskih novic* je ženska revija *Ona*. Ob sredah je priložena revija *Deloindom*, ki obravnava urejanje domačega in delovnega okolja. Četrtekova priloga *Polet* se s članki, reportažami in intervjuji posveča kulturi, športu, znanosti, avtomobilizmu in ekologiji. Petkov *Vikend* je tedenski vodnik po televizijskih in radijskih programih, popularni glasbi, filmu in zabavni elektroniki. *Vikend* spremlja novosti v medijskem prostoru, filmski produkciji ter dogajanje na svetovni in domači glasbeni sceni. *Sobotna priloga* je namenjena najzahtevnejšim bralcem. Obsega kolumne in članke z najrazličnejših področij, poglobljene intervjuje z najvidnejšimi predstavniki javnega življenja, reportaže, pregled aktualnega dogajanja in pisma bralcev. Priloga *NeDela* je *Odprta kuhinja*, ki ponuja kuharske recepte (Delo, d. d.).

9.2.3 Spletni portal

Lani so na *Delu* združili redakciji *Delo.si* in *Studio.delo* v en profitni center *Internet*. Z združitvijo se je spremenil tudi način dela. Redakcija *Delo.si* je namreč pridobila nove sodelavce, ki ustvarjajo tudi videoprispevke, ki se objavljajo na spletni strani *Delo.si*. Na tej strani lahko uporabniki brezplačno dostopajo do celotne vsebine tiskanega *Dela* in nekaterih drugih edicij (Delo, d. d. 2010, 16). Spletni portal *slovenskenovice.si* deluje od 22. junija 2010, poroča pa o aferah in škandalih iz politike in estrade ter o zgodbah navadnega človeka. Spletna stran *pogledi.si* je izšla sočasno s tiskano izdajo. S *pogledi.si* v *Delu* ne želijo podvajati tiskanih vsebin, ampak širiti obseg kritičnih vsebin v slovenskem medijskem prostoru (Delo, d. d.).

9.3 Integrirana redakcija na Delu

Pred integracijo je imelo *Delo* decentralizirano delovno okolje s centralno redakcijo in ločenimi področnimi redakciji, znotraj katerih so bili novinarji razporejeni po pisarnah. Leta 2008 so oblikovali projektno skupino, ki je imela ob 50. obletnici cilj prostorsko, procesno in kadrovske integrirati novinarsko produkcijo do 1. oktobra 2009. Takratni odgovorni urednik *Dela* Darijan Košir je namreč opozarjal, da posamezne publikacije časopisne hiše nastajajo skorajda samostojno in brez sodelovanja, kar je po njegovem mnenju posebej veljalo za obe spletni uredništvi (Vobič 2009).

V 2400 kvadratnih metrov veliko integrirano uredništvo so se prvi novinarji začeli postopoma seliti v drugi polovici leta 2009, vsi pa so vselili ob koncu leta. Vrednost naložbe je bila 2,6 milijona evrov. Nova prostorska razporeditev in enotno delovno okolje naj bi spodbudila komunikacijo med zaposlenimi in zlasti integracijo s spletnim *Delom* (Delo, d. d. 2010, 5, 14). »Želimo enotni informacijski pogon, iz katerega črpajo tiskane in spletne publikacije. Različne kanale nameravamo združiti v skupen prostor in čas ter realizirati cilje: hitrejše, bolj popolne in enotne informacije, s pametno uporabo resursov, da se delo ne bo podvajalo,« je pred vzpostavitvijo novega uredništva dejal odgovorni urednik *Dela* Darijan Košir, ki je bil vodja projektne skupine za vzpostavitev integriranega uredništva (Vobič 2009).

Integraciji so na *Delu* prilagodili tudi kadrovske zasedbe in strukturo spletnega uredništva (integrirali so uredništvi *Studio.delo* in *Delo.si*) ter ga prvič zares povezali z uredništvi tiskanega *Dela* (Delo, d. d. 2010, 16).

V integrirani redakciji sedijo novinarji, ki poleg za *Delo.si* pišejo še za tiskano *Delo*, *Sobotno prilogo*, *NeDelo* in *Pogleda*. Vsi novinarji se sicer ne vidijo, saj tloris integriranega uredništva tega ne omogoča, novinarje pa med seboj ločujejo tudi omare. Novinarji sedijo ob tako imenovanih otokih – mizah, ob katerih sedijo po štirje novinarji. Otoke med seboj ločujejo omare. Novinarji ne sedijo poljubno po teh otokih, ampak so razporejeni glede na področno uredništvo (denimo gospodarstvo, notranja politika, šport, svet, *Delo.si* ...). Pisarna odgovorne urednice je na podestu nad »deskom«, na drugem podestu pa sta pisarni za uredniške kolegije in intervjuje. V eni izmed teh pisarn sta tudi telefon in računalnik, ki ju novinarji lahko uporabljajo, če imajo zasebne pogovore z viri informacij.

Sedanji predsednik uprave Jurij Giacomelli je naložbo v integrirano redakcijo ocenil kot presežno naložbo, ki ob velikih zaostankih ni pripomogla k izboljševanju produktov, hkrati pa je tudi ocenil, da *Delo* ni imelo aktivne spletne strategije (Delo, d. d. 2010, 5).

10 Producerska praksa v integriranem uredništvu medijske hiše *Delo*

10.1 Raziskovalni problem, namen raziskave in metode

Medijska hiša *Delo* je z letom 2010 začela delovati v integriranem uredništvu, s katerim so želeli spodbuditi komunikacijo in sodelovanje med zaposlenimi ter zlasti integracijo časopisnih in spletnih novinarjev (Vobič 2009; *Delo*, d. d. 2010, 5, 14).

Pri tem se postavlja vprašanje, kakšne spremembe producerske prakse so mogoče, glede na to, da je novinarsko delo standardizirano (npr. Lippmann 1965; Tuchman 1978; Baskin in Aronoff 1998; Gans 2003; Schudson 2003) in ali lahko prostorska integracija spodbudi tudi spojitve novinarjev in tehnologij.

Zato sem si zastavil raziskovalno vprašanje, kakšne spremembe producerske prakse novinarjev časopisne in spletne izdaje *Dela* je povzročila uvedba integrirane redakcije. Pri tem želim tudi razkriti, kako novinarji opredeljujejo spremembe novinarske prakse.

Namen analize producerske prakse v integriranem uredništvu medijske hiše *Delo* je ugotoviti, ali se je način novinarskega dela zaradi uvedbe novega uredništva spremenil in kakšne so te spremembe.

Analizo sem opravil z uporabo dveh metod, in sicer z opazovanjem z udeležbo ter poglobljenimi intervjuji.

Predmet moje analize je delovanje integrirane redakcije in producerska praksa v medijski hiši *Delo*. Z opazovanjem z udeležbo, tako pred kot po uvedbi integrirane redakcije, sem poskusil ugotoviti, kako, če sploh, se je producerska praksa po uvedbi nove redakcije spremenila. S to metodo družboslovnega raziskovanja raziskovalec z udeležbo na določenem področju družbenega življenja zbira podatke o dogajanju v določeni družbeni skupini (Platt 2004). Delovno okolje sem lahko opazoval, kot novinar *Dela* pa v njem tudi aktivno deloval več kot dve leti. Od tega leto in pol v decentraliziranem uredništvu, in sicer v redakcijah gospodarstva in notranje politike, tri četrtine leta pa v integrirani redakciji. To omogoča neposredno primerjavo delovnega okolja in novinarskega dela pred in po vzpostavitvi integriranega uredništva.

Del analize pa sem opravil z individualnimi poglobljenimi intervjuji. Poglobljeni individualni intervju je odprta raziskovalna metoda. Raziskovalec intervjuja ključne osebe, ki poznajo

rezultate. Zato je tovrsten intervju zelo primeren za ocenjevanje procesa in rezultatov s stališča intervjuvancev (Guion 2006). Pri tej metodi raziskovalec ne postavlja zgolj vprašanj, temveč sistematično dokumentira odgovore, intenzivno išče globlji pomen ter raziskuje stališče izpraševanca, njegova čustva in vizijo. Poglobljeni intervju pogosto zahteva ponavljajoče intervjuje z intervjuvanci iz ciljne skupine in se izvaja z vsakim intervjuvancem posebej (prav tam).

Uporabil sem polstrukturiran intervju. To je najpogostejša oblika intervjuja v družboslovnem raziskovanju, saj se uvršča med dve skrajnosti. Po eni strani je strukturiran intervju vprašalnik, ki ga uporablja anketar, ki na noben način ne sme odstopati od predvidenih vprašanj. Na drugi skrajnosti je popolnoma nestrukturiran intervju v obliki pogovora, ko spraševalec nima nobenih vnaprej določenih vprašanj. Intervjuji, ki se uvrščajo med obe skrajnosti, spraševalcu omogočijo, da razišče intervjuvančeve odgovore tako, da lahko po potrebi postanejo bolj jasni. Spraševalec lahko intervjuvancu pomaga, tako da ga z dodatnim spraševanjem usmerja pri odgovarjanju na vprašanja. Hkrati se pogovor razvija naravno, razen če intervjuvanec katero področje izpusti in ga je nanj treba opozoriti (Haralambos in Holborn 2005, 847).

Opravil sem intervjuje z desetimi novinarji *Dela*, pri čemer sem bil pozoren na približno enakomerno zastopanost časopisnih in spletnih novinarjev, mlajših in starejših, moških in žensk. Opravil sem intervjuje tako z novinarji kot tudi z uredniki.

V intervjujih je sodelovalo pet časopisnih novinarjev. Lidija Pavlovčič je urednica gospodarske redakcije in ima pregled nad delom novinarjev ter njihovim sodelovanjem s spletnimi in drugimi novinarji. Borut Tavčar in Barbara Pavlin sta mlajša novinarja. Prvi je v gospodarsko redakcijo prišel iz ljubljanske redakcije, kar mu omogoča primerjavo dela v eni in drugi redakciji. Novinarka Barbara Pavlin je ena mlajših novinark in poleg novinarskega občasno opravlja tudi uredniško delo za prilogo *Posel in denar*. Aleš Stergar in Katarina Fidermuc pa sta starejša novinarja. Prvi je vedno delal zgolj za časopis, Fidermucova pa ima izkušnje tudi z elektronskim medijem, delala je namreč na radiu. Ali je zato morda bolj pripravljena za multimedijnost, sem preverjal v poglobljenem intervjuju.

Novinarji spletne redakcije *Delo.si* so vsi mlajši; nekoliko izkušenejša sta se le urednica *Dela.si* Nina Jerančič in izvršni urednik *Dela.si* Denis Pavlič. Z obema sem zato opravil intervju, kot urednika pa imata tudi pregled nad delom spletnih novinarjev in njihovim sodelovanjem s časopisnimi. Intervjuje pa sem opravil še s tremi spletnimi novinarji, in sicer Tino Kristan, Katjo Žnidar in Anžetom Božičem. Vsi trije v spletni redakciji delajo že dalj časa, kar jim omogoča primerjavo med načinom novinarskega dela pred in po integraciji. Prav

tako se vsi trije tudi udeležujejo redakcijskih sestankov časopisnih novinarjev, zato vedo, kaj ti sestanki pomenijo za sodelovanje med časopisom in spletom.

Časopisne novinarje sem spraševal, a) kako definirajo pojem integracija, b) kakšne spremembe produkcijske prakse so identificirali po uvedbi integrirane redakcije, c) kako te spremembe občutijo, d) kako sodelujejo z drugimi časopisnimi in spletnimi novinarji, e) kako ocenjujejo morebitno spremembo kakovosti časopisa po uvedbi integrirane redakcije.

Podobna vprašanja so me zanimala pri spletnih novinarjih, in sicer a) kako definirajo pojem integracija, b) kakšne spremembe produkcijske prakse so identificirali po uvedbi integrirane redakcije, c) kako te spremembe občutijo, d) kako ocenjujejo morebitne spremembe v sodelovanju s časopisnimi novinarji, e) kateri novinarji so bolj dovzetni za integracijo, f) kakšne so oblike sodelovanja, g) kako ocenjujejo morebitno spremembo kakovosti spletnega portala.

10.2 Rezultati opazovanja z udeležbo

Z metodo opazovanja z udeležbo sem zaznal dve različni praksi nastajanja novinarskega prispevka v integriranem uredništvu. Prevladujoča je neintegrirana novinarska praksa, pri kateri časopisni novinar sam napiše prispevek za časopis. Drug model je integrirana novinarska praksa. Pri tej razlikujem tri podvrste procesov nastajanja novinarskega prispevka, in sicer sodelovanje med časopisnimi novinarji iste področne redakcije, sodelovanje med časopisnimi novinarji iz različnih področnih redakcij in večveščinskost oziroma multimedijškost časopisnih novinarjev.

10.2.1 Neintegrirana novinarska praksa

Opazovanje z udeležbo je pokazalo, da je tako pred vzpostavitvijo integrirane redakcije kot po njej prevladovala neintegrirana novinarska praksa. V tovrstnem procesu ustvarjanja novinarskega prispevka novinar napiše novinarski prispevek sam, brez sodelovanja z drugimi časopisnimi ali spletnimi novinarji. Prispevek, ki izhaja iz te prakse, je objavljen samo v časopisu, ne pa na spletu.

V fazi zbiranja informacij novinar poišče informacije, ki jih bo potreboval pri pisanju prispevka. Delovi novinarji novice odkrivajo na podlagi vseh treh kategorij odkrivanja novic, ki jih je oblikoval McManus (1994), in sicer na podlagi minimalnega, (glej npr. Prilogo A: Državna jamstva za kredite državljanom), zmernega (glej npr. Prilogo B: Stavka škoduje predvsem gospodarstvu) in na podlagi zelo aktivnega zbiranja novic (glej npr. Prilogo C: Je

stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito?). Časopisni novinarji brez sodelovanja z drugimi novinarji iščejo informacije. Pri tem razen interneta in telefona ne uporabljajo modernih tehnologij, kot sta denimo videokamera ali dlančnik.

V fazi izbora dogodkov in dejstev se novinar sam odloči, kaj bo komentiral in analiziral ter o čem bo poročal. Izbira novic je zaznamovana s profesionalnimi odločitvami novinarja na podlagi njegovih, sicer subjektivnih, meril o dejavnikih objavne vrednosti.

V fazi oblikovanja novinarskega prispevka časopisni novinar napiše prispevek za časopis, ne pa tudi za splet. Novinar se na podlagi zbranih informacij in pomembnosti teme odloči za žanr, v dogovoru z urednikom za dolžino prispevka in napiše prispevek. Če je treba, novinar izpostavi podatke za graf ali tabelo, morebitno fotografijo pa izbere urednik ali redaktor, novinar pa običajno pri izbiri fotografije ne sodeluje in šele naslednji dan vidi, katera fotografija je postavljena ob njegovem prispevku.

10.2.2 Integrirana novinarska praksa

Raziskava je pokazala, da lahko v integrirani novinarski praksi razlikujemo tri podvrste procesov nastajanja novinarskega prispevka. Prva podvrsta predvideva sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije, druga podvrsta predvideva sodelovanje med novinarji iz različnih področnih uredništev, tretja podvrsta pa predvideva, da časopisni novinar pripravi prispevek za spletno stran in za časopis. Ker se pri slednji podvrsti pokaže večveščinska časopisnega novinarja, to prakso imenujem večveščinska oziroma multimedijska novinarska praksa.

10.2.2.1 Sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije

Opazovanje z udeležbo je pokazalo, da so novinarji pred uvedbo integrirane redakcije delali v ločenih pisarnah, a so se vsaj novinarji iz istega področnega uredništva videli na jutranjem sestanku, na katerem se določi dnevni načrt dela. V integriranem uredništvu novinarje ločijo le omare, tako da je med njimi več vsakodnevne komunikacije. A novinarji so sodelovali tako pred (glej npr. Prilogo Č: Ohranitev nizkih trošarin blaži pritiske na standard), kot tudi po (glej npr. Prilogo D: So Urošu Rotniku in Alešu Haucu šteti dnevi?) uvedbi integrirane redakcije. V tem smislu prostorska integracija procesa nastajanja novinarskega prispevka ni spremenila.

Sodelovanje med novinarji – običajno sta dva, včasih več – poteka predvsem pred fazo zbiranja informacij. Novinarja se namreč dogovorita, od katerega vira informacij oziroma katere informacije bo vsak izmed njiju poskušal dobiti. V fazi zbiranja informacij je

pomembno, da se novinarja o pridobljenih informacijah sproti obveščata. To namreč lahko spodbudi nove ideje za iskanje dodatnih informacij, pomaga pri razumevanju tematike, novinarja lahko orišeta koncept za pisanje novinarskega prispevka in se lažje odločita, katere dogodke in dejstva bosta zapisala v novinarskem prispevku. V fazi izbora dogodkov in dejstev novinarja namreč ponavadi ločeno – vsak novinar za informacije, ki jih je sam zbral – in na podlagi dejavnikov objavnosti izbereta, katere informacije bosta uporabila v novinarskem prispevku.

V zadnji fazi novinarskega sporočanja procesa novinarja ločeno oblikujeta vsak svoj del sporočila, nato pa ga eden izmed njiju združi, če je treba, napiše vezno besedilo in oblikuje naslovje.

Sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije je lahko tudi drugačno, in sicer svetovanje, izmenjava idej, izmenjava kontaktov virov informacij in tako dalje.

10.2.2.2 Sodelovanje med novinarji iz različnih področnih redakcij

Pred vzpostavitvijo integrirane redakcije so novinarji delali v več nadstropjih Delove stolpnice, zato se novinarji iz različnih področnih redakcij niso vsakodnevno videvali. V centraliziranem uredništvu je vsakodnevnega stika med novinarji precej več. Ko denimo novinar gospodarske redakcije vstopi v uredništvo skozi glavni vhod, gre najprej mimo športne redakcije, nato mimo »deska«, notranjepolitične redakcije in nato pride v gospodarsko redakcijo. Novinarji tako več komunicirajo drug z drugim.

To je prineslo boljše poznavanje med novinarji različnih področnih redakcij, s tem pa tudi večje sodelovanje. Ena oblika sodelovanja je skupno pisanje novinarskega prispevka, ki po vsebini ne sodi zgolj v eno področje. Takšno je na primer poročanje o socialni, ki sodi na področje notranje politike in gospodarstva. Tako sva novinarja iz notranjepolitične in gospodarske redakcije za *Sobotno prilogo* napisala članek o težavah delavcev (glej Prilogo E: »Odkar smo se po koncu stavke vrnil v Kočevje, se ni spremenilo nič«).

Idejo za prispevek je dal novinar notranjepolitične redakcije. Sodelovanje se je začelo pri premisleku o namenu prispevka ter o temah in problematiki, ki naj jih članek obravnava. Oblikovala sva približen koncept prispevka; določila sva, katere teme bo vsak izmed naju poskušal novinarsko obdelati (pridobiti podatke in napisati). Te sva si razdelila na podlagi poznavanja tematik. V sklopu tega sva še določila sogovornike za odgovore na vprašanja, najpomembnejša vprašanja pa sva glede na namen prispevka oblikovala skupaj.

Po pridobitvi informacij od sogovornikov (osebno, po telefonu ali elektronski pošti), informacij iz arhiva in javno dostopnih baz podatkov sva v fazi izbora dogodkov in dejstev

izbrala, katere informacije bova vključila v prispevek. Vsak je to določil za informacije, ki jih je sam pridobil.

V zadnji fazi novinarskega dela sva te informacije oblikovala v stilsko primerno obliko. Nato sva najina dela združila po vnaprej pripravljenem konceptu, ki sva ga po potrebi glede na pridobljene informacije tudi spreminjala. Ob koncu sva skupaj dokončno oblikovala prispevek in določila naslov. Skozi vse faze in pred tem je med nama potekalo obveščanje o pridobljenih informacijah in usklajevanje o začetku skupnega oblikovanja prispevka. Komunikacija je bila večinoma osebna, iz oči v oči, in ne po telefonu. To omogoča prostorska integracija; čeprav sva novinarja člana različnih redakcij, sta najini delovni mesti le nekaj metrov narazen.

Podobno kot o področju sociale poročajo gospodarski in notranjepolitični novinarji, lahko tudi gospodarski kriminal uvrstimo v dve področji, in sicer v gospodarstvo in kroniko. Tako sva novinarja obeh redakcij že pred vzpostavitvijo integriranega uredništva napisala poročilo o kriminalistični preiskavi v slovenskih gradbenih podjetjih (glej Prilogo F: Komunikacija kabineta predsednika vlade z SCT?). Komunikacija med novinarjema je potekala zgolj po telefonu, za sodelovanje pa sta se dogovorila urednika. Slednja sta se dogovorila, katere informacije bo vsak novinar poskušal pridobiti. V fazi zbiranja informacij sem novinar gospodarske redakcije dobil mnenje namestnika predsednika uprave gradbenega podjetja SCT Aleksandra Mezeta, novinarka kronike pa je pridobila informacije o kriminalistični preiskavi. V fazi izbora dogodkov in dejstev sva novinarja ločeno izbrala, katere informacije uporabiti v novinarskem prispevku. V zadnji fazi novinarskega sporočanja procesa sva novinarja ločeno oblikovala vsak svoj del sporočila, nato pa ju je novinarka kronike združila in napisala naslovje. Čeprav sva bila novinarja »le« eno nadstropje narazen, do bolj poglobljenega sodelovanja pri pisanju veznega besedila in naslovja ni prišlo.

Tovrstno nesodelovanje pri zaključevanju prispevka je pogosto tudi v centraliziranem uredništvu. Novinarja se namreč ponavadi zgolj dogovorita, katere informacije bo vsak poskusil dobiti, nato ločeno napišeta vsak svoj del, nato eden drugemu pošlje svoj del in je zanj naloga končana. Drugi novinar združi oba dela, napiše naslovje, vodilo in morda vezno besedilo.

Po drugi stran pa je bilo dobro sodelovanje tudi pred prostorsko integracijo (npr. glej Prilogo G: »Ljudje iz biznisa smo kar vsi strankarsko neobčutljivi«). Novinarja iz gospodarske in notranjepolitične redakcije sta opravila intervju, v katerem sta opravila pogovor o gospodarskih in političnih temah. Strokovnjak za prve je gospodarski novinar, zato je ta spraševal o gospodarskih temah, o političnih temah pa je spraševal notranjepolitični novinar.

Nato sta novinarja intervju pretipkala in ga stilsko oblikovala ter skupaj, čeprav so bili njuni redakciji v različnih nadstropjih, skrajšala in oblikovala naslov.

To kaže, da je dobro sodelovanje potekalo že pred prostorsko integracijo in da je tudi v integrirani redakciji sodelovanje lahko pomanjkljivo. Sicer pa je sodelovanje med novinarji iz različnih področnih redakcij lahko različno: svetovanje, izmenjava idej, izmenjava kontaktov virov informacij in tako dalje.

10.2.2.3 Večveščinska oziroma multimedijška novinarska praksa

V fazi zbiranja informacij se delo novinarjev glede večveščinskosti pred in po vzpostavitvi integrirane redakcije ni spremenilo. Glavna orodja, s katerimi novinarji zbirajo informacije, ostajajo internet, elektronska pošta in telefon. Časopisni novinarji na teren ne nosijo nekaterih tehnoloških pripomočkov, kot so videokamere ali zmogljivi telefoni. Za fotografije še vedno poskrbijo fotografi, video pa posname ekipa uredništva spletnega *Dela*. Le lokalni dopisniki občasno tudi fotografirajo, saj ima *Delo* fotografe zgolj v Ljubljani in Mariboru. Drugi novinarji fotografirajo zelo redko, denimo v tujini, kjer ni fotografov.

Kot večveščinskost novinarjev lahko označim pisanje za spletno stran in za tiskano izdajo v fazi oblikovanja sporočila. Nekateri novinarji ob pomembnejših dogodkih po prihodu s terena oziroma po tem, ko so zbrali informacije, najprej napišejo krajši prispevek za splet, nato pa še daljšega za časopis. Mogoče je tudi obratno, in sicer da novinar daljši prispevek pošlje na splet, krajšega pa objavi v časopisu, kjer je dolžina prispevka prostorsko omejena.

Obstajajo še druge oblike sodelovanja; ob zelo pomembnih dogodkih novinarji pokličejo v spletno uredništvo, da povedo ključne informacije, ali pa te pošljejo po SMS-sporočilu. Ažurnost je pri spletu ključna. Časopisni novinarji lahko spletnim tudi svetujejo ali jih napotijo na dogodek. Po uvedbi integrirane redakcije novinarji več sodelujejo s spletnimi novinarji, a to še vedno ni vsakodnevna praksa. Sodelovanje s spletnim uredništvom je namreč odvisno predvsem od volje časopisnih novinarjev in njihove samoiniciativnosti, pa tudi od spletnih novinarjev, da časopisne novinarje opominjajo in prosijo za sodelovanje.

V nadaljevanju predstavljam način poročanja o skupščini in nadzornem svetu Vegrada (glej Prilogo H: Tovšakova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved), ki kaže na primer dokaj dobrega sodelovanja z internetom, saj vključuje različne oblike sodelovanja.

Skupščina Vegrada je bila ob 8. uri zjutraj v Velenju. Novinarji smo po poldrugi uri čakanja pred vrati upravne stavbe Vegrada dobili prve izjave po skupščini. S seboj sem imel prenosni računalnik z brezžično spletno povezavo, zato sem takoj po koncu skupščine iz bližnjega bara lahko napisal prispevek za splet. Popoldne je državna Posebna družba za podjetniško

svetovanje, ki je 29-odstotna lastnica Vegrada, po elektronski pošti sporočila podrobnosti z jutranje skupščine. Njihovo sporočilo sem pripravil za splet in spletnim novinarjem naročil, naj to informacijo vključijo v moj prispevek o skupščini Vegrada, ki je že bil objavljen. V tem prispevku sem zapisal, da se bo pozno popoldne sestal nadzorni svet Vegrada, na katerem naj bi po napovedi odstopila dotedanja glavna direktorica Vegrada Hilda Tovšak. Ob 18. uri, ko se je začel nadzorni svet v Ljubljani, sem s terena poklical na uredništvo spletnega *Dela* ter jim naročil, naj na prvo mesto v prispevku o skupščini Vegrada zapišejo informacijo, da se je seja nadzornikov začela, nanjo pa so prišli vsi nadzorniki in Tovšakova. To sem poudaril, ker so nekateri nadzorniki nekatere seje bojkotirali, predvsem pa sem s tem bralcu sporočil, da zanj spremljamo dogajanje in bo v najkrajšem možnem času izvedel najpomembnejše novice. Ob tem sem sodelavcem v spletnem *Delu* naročil, naj spremenijo tudi naslov, da bodo bralci prepoznali, da je prispevek dopolnjen in še enkrat odprli novico. Takoj po koncu seje nadzornega sveta, nekaj minut pred 22. uro, smo novinarji dobili izjave Tovšakove in predsednika nadzornega sveta Klemena Boštjančiča. Zatem sem poklical v spletno uredništvo in povedal ključne informacije: Tovšakova je odstopila, kot direktor jo bo zamenjal Boris Medved, prokurist pa je postal Sandi Knez. Ko sem prišel nazaj v uredništvo, sem dopolnil novico za splet, nato pa napisal prispevek za časopis, kamor sem vključil že prej pripravljeno besedilo o dogajanju na skupščini in sporočilu PDP.

Značilnost spleta je multimedijškost, v tem prispevku pa sem uporabil besede in fotografije. Slednje izberejo novinarji *Dela.si*. Manjkal je video. Časopisni in spletni novinar redko sodelujeta na terenu, včasih pa se zgodi tudi to. Tako sem s spletnim novinarjem sodeloval, ko so pred ministrstvom za delo gladovno stavkali delavci gradbenega podjetja Prenova, v ministrstvo pa so želeli vdreti aktivisti Socialnega centra Rog. Kot novinar, ki sem spremljal to tematiko, sem napisal prispevek za časopis in splet, spletna novinarka pa je na splet dodala videoprispevek (glej Prilogo I: Stavkajoči delavci so dobili sobo).

10.3 Rezultati poglobljenih intervjujev

10.3.1 Opredelitve integracije

Intervjuvani novinarji integracijo definirajo na štiri načine. Prevladujoče novinarji integracijo povezujejo s komunikacijo in sodelovanjem. Urednica gospodarske redakcije Lidija Pavlovčič (glej Prilogo J: Intervju z Lidijo Pavlovčič) integracijo razume kot dobro sodelovanje, boljšo komunikacijo in izločitev vseh šumov, kot je denimo prostorska oddaljenost. Podobno

integracijo pojasnjuje časopisna novinarka Barbara Pavlin (glej Prilogo N: Intervju z Barbaro Pavlin), ki integracijo povezuje z večjim sodelovanjem in snovanjem idej, kar pripomore tudi h kakovosti časopisa:

»Integracija pomeni večji pregled nad delom v hiši, več sodelovanja med redakcijami, ne samo na ravni urednikov, ampak tudi novinarjev. Predvsem v smislu skupnega pisanja prispevkov pri določenih temah, ki se prepletajo, kar prinaša dodano vrednost časopisu in večjo kakovost tekstov. Integracija lahko pripomore tudi k bolj intenzivnemu snovanju idej, boljšemu brainstormingu. Ne nazadnje pripomore tudi k temu, da se ljudje med seboj bolje spoznajo in zato tudi lažje sodelujejo.«

Tudi spletna novinarka Katja Žnidar (glej Prilogo S: Intervju s Katjo Žnidar) integracijo povezuje z več komunikacije, Tina Kristan (glej Prilogo R: Intervju s Tino Kristan) pa jo povezuje s sodelovanjem in povezovanjem vseh ljudi. Izvršni urednik *Dela.si* Denis Pavlič (glej Prilogo P: Intervju z Denisom Pavličem) vidi integracijo kot večje sodelovanje med časopisnimi in spletnimi novinarji: »Integracija je delovni proces, kjer velika večina novinarjev razume, da je internet enako pomemben kot časopis in delo za internet ni dodatno delo, ampak del delovnega procesa. Ni namreč veliko dela nekaj narediti za splet. Drugi del integracije je povezljivost, in sicer da bi se novinarji in resorni uredniki večkrat obrnili na nas, da bi tudi kaj kritično predlagali in da lahko mi kogar koli od novinarjev pokličemo.«

Drugi način opredelitve podaja spletni novinar Anže Božič (glej Prilogo Š: Intervju z Anžetom Božičem), ki integracijo povezuje z integrirano redakcijo, znotraj katere je več komunikacije. Po njegovem mnenju je integracija »to, kar imamo na *Delu*; velik prostor, v katerem je odprt pretok informacij«.

Tretji način definiranja integracije predvideva spojitev tehnologije. »Integracija je zame proces, ki se zgodi v trenutku, ko novinarji podajajo informacije v vseh tehnoloških oblikah, ki jih danes nudi trg medijev. Ne gre za popolnoma ločene nosilce posameznih tem,« pravi urednica *Dela.si* Nina Jerančič (glej Prilogo O: Intervju z Nino Jerančič). Ta poudarja, da je integracija proces, ne pa prostorska ureditev.

Četrta opredelitev integracijo povezuje z vsebinsko prenovo časopisa. »V integraciji bi se časopis kot celota bolj usmeril k vprašanju, ki so pomembna za življenje ljudi. Tako da ne bi prenašal tistega, kar želi o sebi brati politika, ampak bi bil naš celovit integriran pristop tak, da bi se nekako znali dogovoriti, kaj je za naše bralce v resnici pomembno,« meni časopisna

novinarka Katarina Fidermuc (glej Prilogo L: Intervju s Katarino Fidermuc). Integracija v tem pomenu pa se ne zgodi, ker so novinarji pod časovnim pritiskom, pojasnjuje sogovornica, zato se ravnaajo po standardiziranih rutinah: »Ni vedno lahko napolniti časopisa, ker te priganja čas in ker moraš po možnosti vsak dan nekaj narediti. Zato si uredniki in novinarji pomagamo z dogodki, ki jih dobimo na pladnju. Če bi se želeli dvigniti nad to, kar izvemo na napovedanih novinarskih konferencah, bi se bilo treba dogovoriti na uredniški ravni.«

Ti novinarji vidijo integracijo kot pozitiven pojem, le časopisni novinar Aleš Stergar (glej Prilogo K: Intervju z Alešem Stergarjem) ima ob tem pomisleke. Pravi sicer, da ne ve, kaj je integracija, saj je to »nekaj tako lebdečega v zraku«. A če integracija morda pomeni skupinsko obdelovanje tematike, se postavlja vprašanje, kako lahko novinar piše prispevek, če teme ne pozna. »Po drugi strani pa je to vendarle mogoče, saj tako delajo številni radijski in televizijski novinarji. Ti vprašajo: Kaj pa vi mislite o tem? In pomolijo mikrofona pod nos,« pravi Stergar.

10.3.2 Spremembe produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije

Novinarji so različno občutili spremembe produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije. Nekateri opažajo več komunikacije in sodelovanja z novinarji iz drugih področnih redakcij, drugi ne; prav tako nekateri opažajo večje sodelovanje s spletom, drugi pa ne. Skoraj vsi pa se strinjajo, da je sodelovanja in komunikacije med novinarji iz različnih redakcij premalo.

10.3.2.1 Sodelovanje med časopisnimi novinarji

Časopisni novinarji pravijo, da se njihovo delo po uvedbi integrirane redakcije ni spremenilo. »Jaz sem bil prej v ljubljanski redakciji in sem delal za prilogo *FT*, *NeDelo* in tako dalje. Že prej sem torej precej sodeloval. Sedaj ni nič drugače, le da so ljudje bližje.« pravi Borut Tavčar (glej Prilogo M: Intervju z Borutom Tavčarjem). Pritrjujejo mu tudi drugi intervjuvani novinarji. Katarina Fidermuc denimo pravi, da integracija ni prinesla večje delitve dela ali pa večjega združevanja dela. »Novinarsko delo je individualno. Če bi več ljudi delalo isto temo, bi vsak dan lahko napolnili le tri strani,« dodaja.

Po drugi strani urednica gospodarske redakcije opaža večje sodelovanje z nekaterimi drugimi časopisnimi redakcijami. Pavlovčičeva sicer pojasnjuje, da na ravni gospodarske redakcije, ki je bila že prej povezana, večjih razlik ni. A pri tem dodaja: »Postopoma pa se izboljšuje sodelovanje z drugimi redakcijami, ki so vsebinsko povezane z gospodarstvom. Predvsem z notranjepolitično redakcijo, pa tudi s kroniko, saj je v gospodarstvu veliko nepravilnosti.« Po

njenem mnenju skupen prostor sili v več komunikacije med novinarji, tudi znotraj redakcije, in tako novinarsko delo iz individualnosti sili v kolektivnost. Vendar je sodelovanja po njenem mnenju premalo, saj trendi narekujejo potrebo, da se zgodba ali tema naredi na podlagi sodelovanja.

Novinarji imajo različne izkušnje glede komuniciranja z novinarji iz drugih redakcij. Medtem ko dva trdita, da se je komunikacija z notranjepolitičnimi novinarji, ki sedijo poleg gospodarskih, zaradi prostorske integracije povečala, druga dva menita, da ni komunikacije nič več kot pred integracijo. Več komunikacije opažata Borut Tavčar in Barbara Pavlin, a po njunem mnenju več komunikacije ni vplivalo na njuno delo. »Res je, da več komuniciramo z novinarji notranje redakcije, ki so poleg nas. Vendar smo tudi prej. Jaz se veliko dogovorim, ko grem kadit,« pravi Tavčar.

Po drugi strani Katarina Fidermuc ne opaža niti več sodelovanja niti več komunikacije: »Dogovarjali smo se že prej, saj smo v obdobju elektronskih medijev, osebni stik s kolegi nič ne pripomore k boljšemu novinarskemu delu.« Stergar pa celo pravi: »Osebno sem imel prej več komunikacije.« Kot dodaja, ga kolegi iz drugih redakcij v novih prostorih ne obiščejo nič pogosteje kot pred integracijo.

Časopisni novinarji so si enotni, da selitev v centralizirano uredništvo ni prinesla sprememb glede uredniškega nadzora. Urednica gospodarske redakcije meni, da je uredniški nadzor enak kot prej: »Že prej je imel urednik preglednost, kam je kdo šel. Vsaj v gospodarski redakciji je tako.« Tudi Borut Tavčar in Barbara Pavlin ne opažata sprememb v uredniškem nadzoru, saj je urednica gospodarske redakcije ista kot prej. Uredniški nadzor je namreč odvisen od človeka; ali ima organizacijo v malem prstu ali je odvisna od petih ljudi, pove Tavčar.

Katarina Fidermuc pa meni, da se je v centraliziranem uredništvu spremenilo delo v časovnih stiskah, in sicer na slabše: »V integrirani redakciji te čas lahko bolj priganja, ker je to slabše okolje za individualno delo. Več je motenj v okolju, kar lahko vzame zelo dragocen čas.« Podobno razmišlja Stergar, ki pravi, da ima človek v časovni stiski rad mir: »Časovna stiska pa se le potencira, če vidiš okrog sebe ljudi, ki čakajo. Saj se zavedaš, da moraš oddati prispevek. Seveda pa je časovna stiska na *Delu* ob 21. uri, takrat pa je v redakciji že mir, tako da glede tega ni težav.«

Novinarji in urednica definirajo pet razlogov, zakaj integracija ni večja. Po eni strani novinarji pravijo, da zgolj spojitev prostorov ne prinese integracije v novinarskem delu. Katarina Fidermuc na primer meni, da je integrirana redakcija prinesla zgolj novo prostorsko ureditev in nič drugega. Borut Tavčar pa pravi: »Za integracijo rabiš človeka, ki integrira. Prostor sam po sebi ne integrira.« Po drugi strani Lidija Pavlovčič meni, da prostorska integracija prinaša

določene pozitivne spremembe; kajti skupen prostor sili novinarje v več komuniciranja, s tem pa tudi v večje sodelovanje.

Novinarji drugi razlog za neintegriranost vidijo v njih samih. Na vprašanje, zakaj sodelovanje med različnimi področnimi redakcijami ni večje, Aleš Stergar odgovarja: »Verjetno je več vzrokov, del pa je verjetno tudi v nas samih. Mi smo se v integrirano uredništvo selili z odporom, ampak na to bi morali prej pomisliti. Mogoče smo malo starokopitni, kar pa je za časopis, kot je *Delo* – ki naj bi bil resnicoljuben, resen, konservativen, a ne v političnem smislu, verodostojen in nepristranski – normalno.« Tudi Barbara Pavlin podobno pravi, da novinarji integrirane redakcije »nismo vzeli za svojo«.

Tretji razlog je povezan z drugim, saj Barbara Pavlin krivdo, da sami niso sprejeli integrirane redakcije, vali na vodstvo medijske hiše *Delo*. Da je za uspeh integracije premalo naredilo vodstvo, je prepričana tudi Lidija Pavlovčič. Ta meni, da mora vodstvo vedeti, kaj hoče: »Vzpostaviti je treba neki cilj in navodila, kako ta cilj doseči. Nato pa z malimi organizacijskimi koraki in sprotno spremljati, ali je model dober ali ne. Spremembe je treba narediti.«

Četrti razlog je visoka povprečna starost Delovih novinarjev, kar je posebej omenila Pavlovčičeva. Ta pravi, da so za integracijo bolj dovzetni mlajši novinarji, čeprav se zavedanje po nujnosti sprememb širi na vse, ne glede na mlajše ali starejše generacije. Povprečna starost zaposlenih je visoka, metode dela so toge, čeprav se je medijski prostor spremenil, še meni Pavlovčičeva in dodaja: »Konkurenca na medijskem trgu tega časopisa ni nikoli silila k borbi za bralce. Vedno so bili vodilni. Zdaj je vodilno mesto izrazito ogroženo, medijska ponudba je široka, prevladujoč način dela pa je star. To se časopisu pozna.«

Na slabšo integracijo pa vplivata tudi nemotiviranost in nesamoiniciativnost novinarjev, je prepričana urednica gospodarske redakcije. Na vprašanje, kako uredniki v vsakodnevnem delu spodbujajo spremembe, je Pavlovčičeva odgovorila, da s spodbujanjem idej:

»Ker ni prevladujoče miselnosti, kaj in kako spremeniti, je to prepuščeno uredniški presoji ali celo dnevnemu razpoloženju, ali to znaš spodbujati ali ne. Nekako se trudiš in pokažeš, kje je zgodba. Predvsem pa je težava, da motiviranost ljudi ni dovolj visoka in je velik primanjkljaj lastnih idej. Pri tem gre za redefinicijo vloge novinarja in urednika. To je ena od zelo šibkih točk v sistemu te hiše, kjer se pričakuje, da urednik sproža ideje in vse ve. Ni res, novinar je specialist in mora vedeti vse, kar se na njegovem področju dogaja. To je ena od ovir, da se stvari hitreje ne spreminjajo.«

Lidija Pavlovčič tudi opaza, da pri sodelovanju niso izkoriščeni vsi potenciali, tudi glede sodelovanja z oblikovalci, fotografijo, informatiko, tehničnim urednikom. »Postprodukcijski del šepa, zato bralci ne opazijo sodelovanja pri nastajanju časopisa. Ne glede na to, da sedimo v skupnem prostoru, moramo spremeniti organiziranost dela,« pravi Pavlovčičeva. Po njenem mnenju bi bilo treba določiti, da bi se novinar moral neposredno pogovarjati z grafikom o grafiki, ne pa da išče bližnjice in reče uredniku, da bi za neki podatek rad imel grafiko, nato pa naj to ureja urednik. »Glede na to, kaj vse lahko dosežemo, je integrirana redakcija zelo na začetku,« je prepričana sogovornica.

10.3.2.2 Sodelovanje med časopisnimi in spletnimi novinarji

Analiza intervjujev je pokazala, da novinarji ne sodelujejo zgolj z drugimi časopisnimi novinarji, temveč nekateri tudi s spletno redakcijo. Oblike sodelovanja med spletnimi in časopisnimi novinarji so sicer različne, pojasnjujejo novinarji. Časopisni novinarji napišejo prispevek in ga pošljejo na internet, kar je po besedah Tine Kristan najpogostejša oblika sodelovanja. Ponavadi novinarji za splet napišejo krajšo različico prispevka, daljšo pa objavijo v časopisu. Včasih pa daljšo različico napišejo za splet, krajšo pa za prostorsko omejen časopis. »Jaz brez težav napišem daljši prispevek za splet, nato pa ga skrajšam še za časopis. V slednjem je namreč na voljo manj prostora kot na internetu. Novinarji premalokrat pomislimo na to možnost,« meni Stergar.

Druga oblika sodelovanja je, da časopisni novinarji s terena pokličejo ali pošljejo SMS-sporočilo s ključnimi informacijami. Ta oblika sodelovanja je primerna za zelo pomembne novice, ko je nujna ažurnost, pove Žnidarjeva. Mogoče je tudi obratno, da spletni novinarji pokličejo časopisnega na teren, da jim ta poda ključne informacije. »Po uvedbi integrirane redakcije je lažje dobiti novinarje po telefonu. Včasih je bilo med njimi manj zagona, zdaj pa ga je več,« pravi Pavlič. Poleg tega, časopisni novinarji občasno dajo kolegom s spleta namig, kje bi se lahko skrivala potencialna zgodba oziroma iz česa bi lahko naredili prispevek.

A podobno kot glede sodelovanja s časopisnimi redakcijami, se razlikujejo tudi odgovori novinarjev na vprašanje, kako se je po vzpostavitvi integrirane redakcije spremenilo sodelovanje s spletom. Medtem ko časopisni novinarji ne opažajo sprememb ali pa so te majhne, nekateri spletni novinarji govorijo o ogromnih, drugi pa o majhnih spremembah. Lidija Pavlovčič meni, da se sodelovanje s spletom ni bistveno spremenilo. Novinarja Aleš Stergar in Katarina Fidermuc sploh ne opažata sprememb glede sodelovanja s spletom. Borut Tavčar in Barbara Pavlin pa pravita, da ju spletni novinarji odslej zgolj redko prosijo, naj jim naredita prispevek še za splet.

Po drugi strani spletni novinarji opažajo večje sodelovanje s časopisnimi. A tudi njihove izkušnje so različne, saj nekateri opažajo večje, drugi pa manjše spremembe. Denis Pavlič pravi: »Pred integracijo smo bili prostorsko ločeni in dejansko je bilo tega sodelovanja bistveno manj. Jaz sem na internetu na *Delu* že šest let. Vmes sem bil leto in pol v centralni redakciji in v tem času je sodelovanje postalo bistveno boljše. Lahko bi bilo pa še boljše.« Z njim se strinja Anže Božič: »Ko smo bili fizično ločeni, nas ni nihče resno jemal, niti niso vedeli, kje smo in kdo smo. Glede tega se je precej spremenilo, saj mi nimamo časa delati avtorskih prispevkov. Imamo pa radi, da nam časopisni novinarji pošljejo svoje prispevke. To sodelovanje se je močno povečalo, ogromna razlika.« Tudi Nina Jerančič opaža boljše sodelovanje, vendar dodaja, da se zavest na celotni ravni uredništva še vedno ni spremenila, kot v drugih državah, denimo v Veliki Britaniji in Nemčiji. Odnos do drugega medija se je po njenih besedah med časopisnimi novinarji spremenil.

Po drugi strani Katja Žnidar in Tina Kristan opažata zgolj majhne spremembe. »Pričakovanja o sodelovanju med novinarji časopisa in interneta so bila velika, a kaj več kot o izjemah danes ne morem govoriti. Obstaja nekaj novinarjev, ki so zelo dovzetni za internet, a to je v tej dobi še vedno premalo,« pravi Kristanova, Žnidarjeva pa pojasnjuje, da nekatere redakcije z internetom sploh ne sodelujejo, druge pa zelo malo. Vsi spletni novinarji, pa tudi Pavlovčičeva, se strinjajo, da je sodelovanja še vedno premalo.

Iz odgovorov novinarjev je razbrati, da se je sodelovanje med spletnimi in časopisnimi novinarji po uvedbi integrirane redakcije sicer povečalo, a s spletom sodelujejo zgolj nekateri novinarji – nekateri bolj, drugi manj –, nekateri novinarji pa s spletom sploh ne sodelujejo. Za sodelovanje so vneti le nekateri novinarji, večina pa ne, opozarja Katja Žnidar. Po drugi strani Jerančičeva meni, da je sodelovanju z internetom naklonjen večji odstotek novinarjev, kot se zdi.

Na vprašanje, zakaj imajo nekateri časopisni novinarji več zagona za sodelovanje s spletom, Pavlič odgovarja: »To je težko reči. Ne vem, kako je bilo to urejeno na uredniški ravni. Kot sem slišal, je tudi prejšnji odgovorni urednik Darijan Košir precej spodbujal novinarje in resorne urednike k večjemu sodelovanju z internetom. Po drugi strani je prav gotovo k temu prispevala tudi prostorska integracija, saj nas bolje vidijo.«

A tudi Pavlič priznava, da je pripravljenost med novinarji za sodelovanje s spletom različna. Pri tem se ne strinjajo, ali so za integracijo bolj dovzetni mlajši novinarji ali pa starost pri tem ni pomembna. Po eni strani Anže Božič pojasnjuje, da s spletom bolje sodelujejo tisti novinarji, ki razumejo spremembe v novinarskem delu: »Ni več tako, da ob prihodu s terena najprej premisliš in ob kavici 'predebatiraš', ampak je hitro treba napisati za splet. Nekateri

novinarji to preprosto imajo, a ni nujno, da so za to bolj dovzetni mlajši.« Pavlič se z njim strinja: »Starejši novinarji bi bili lahko a priori bolj zadržani do novejših tehnologij, a načeloma sem presenečen. Prav slovenski dopisniki so se zelo izkazali v delu za internet. Tudi Miha Jenko, ki sicer ni star, ampak tudi ni dvajsetletnik, razume, da je internet zelo pomemben.«

Po drugi strani Kristanova in Žnidarjeva opažata, da s spletom sodelujejo predvsem mlajši. Prva sicer opozarja, da nekateri starejši novinarji, predvsem lokalni dopisniki, ves čas brez težav sodelujejo s spletom. Zato starost, čeprav mladi bolj sodelujejo, po njenem mnenju ni pravilo. Katja Žnidar pa pravi, da so mlajše novinarje lažje navadili na sodelovanje: »Mogoče so bolj odprti za nove tehnologije, bolj odzivni, bolj se zavedajo pomena spleta. Morda je to tudi posledica izobrazbe, saj se na fakulteti že učijo o internetu in pomenu hitrih novic. Starejši so večji tradicionalisti.« Tudi urednica gospodarske redakcije opaža, da so za sodelovanje s spletom bolj dovzetni mlajši novinarji.

S spletnim *Delom* redko ali nikoli ne sodelujejo vsi štirje intervjuvani časopisni novinarji, ne glede na starost. Spletni novinarji jih namreč nikoli ali redko prosijo, naj napišejo prispevek za splet. S spletnimi novinarji nikoli ne sodeluje Katarina Fidermuc. Ta na vprašanje, kako sodeluje s spletno redakcijo, odgovarja: »Slabo. Mislim, da je sodelovanje s spletno redakcijo takšno, da jim kaj narediš, če izrazijo željo. Meni nihče nikoli ne izrazi želje, da bi za spletno stran kaj naredila, ampak, ne vem po kateri presoji, prispevke včasih objavijo na bolj izpostavljenem mestu na spletnem portalu.« Sogovornica si, kot pravi, ne predstavlja, kaj bi še lahko naredili za splet, glede na to, da se bralcu omogoča vpogled v vsebino časopisa.

Drugi trije novinarji s spletno redakcijo sodelujejo redko. Čeprav redko, je Stergar prepričan, da s spletom sodeluje dobro: »Že ko je bila urednica *Dela.si* Erika Repovž, smo bili dogovorjeni, da sem jih poklical ali poslal SMS, kadar je bila neka informacija primerna za objavo na spletu. Mislim, da so bili tudi oni takrat povsem zadovoljni, da so dobili prvo informacijo. Res pa je, da jaz nimam veliko takih priložnosti.« S spletno redakcijo skoraj nikoli ne sodeluje niti Borut Tavčar: »Včasih me spletni novinar prosi, naj nekaj naredim. To storim brez težav, celo nekaj časa me drži, da bi sodeloval. Ampak nekatere teme so zanimive za splet, druge pa ne. Če tega ne veš, malo pozabiš na sodelovanje s spletom.« Intervjuvanci so opredelili osem razlogov, zakaj sodelovanje ni večje.

Prvi razlog je navajenost na star način dela, s čimer je povezana visoka povprečna starost *Delovih* novinarjev. A navajenost na star način dela povzroča preglavice tudi mlajšim novinarjem. Na vprašanje, zakaj s spletno redakcijo slabo sodeluje, Pavlinova odgovarja: »Verjetno zato, ker nisem navajena, da je ob prihodu s terena treba nekaj napisati za splet. Na

to se niti ne spomnim. Kadar pa mi urednica naroči, naj kaj napišem za splet, potem to naredim. Vendar to se skoraj nikoli ne naredi.« Ali kot pravi Lidija Pavlovčič: »V naši miselnosti, ne uredniški ne novinarski, ni stalne prisotnosti, da je treba informacijo najprej dati na splet in biti po možnosti prvi. Portal je sestavni del hiše, a principa biti prvi ne obvladamo.« To opaža tudi Katja Žnidar, saj pravi, da predvsem starejši novinarji niso vajeni dela za splet in hitre odzivnosti, ampak so navajeni, da si za pisanje vzamejo čas. Čeprav se nekateri dogodki zgodijo že dopoldne, ko je branost *Dela.si* največja, novico dobimo šele popoldne, ker je prej nihče ne pripravi, reče Žnidarjeva in doda: »To je posledica starih navad dela, ker na *Delu* še vedno prevladuje starejša generacija novinarjev, ki so mnogo let tako delali. Verjamem, da se jim je težko navaditi na nove načine dela, a se bodo počasi morali.« Drugi razlog novinarji vidijo v vodstvu medijske hiše *Delo*. Po mnenju Tine Kristan integracija spletnih in časopisnih novinarjev ne bo večja, dokler se tega ne bo zavedalo vodstvo hiše. Ob tem dodaja: »Nekateri so pred časom že kar sodelovali, pa danes ne sodelujejo več, in sicer tudi zato, ker si mislijo, zakaj bi jaz opravljal dodatno delo, če pa drugi tega ne počnejo.« Po njenem mnenju je potreben miselni preskok novinarjev in predvsem urednikov. Kot pravi, se bo miselni preskok novinarjev zgodil, ko bo vodstvo medijske hiše *Delo* internetu dalo veljavo:

»Časopisni novinarji se premalo zavedajo pomena interneta v tem času. Marsikdaj imam občutek, da nas nihče ne jemlje resno, da ne obstajamo. Ko je Delo dobilo novo urednico, je ta obiskala, kolikor je meni znano, vse redakcije. Interneta ne! O pomenu interneta se ogromno govori, dejansko pa se nič ne spremeni. Kako se vrednoti internet na Delu, pokaže tudi dejstvo, da na Delo.si ni niti enega redno zaposlenega novinarja. Miselni preskok bomo dosegli tedaj, ko se bo vodstvo res zavedalo pomena spleta in ko bo klima v podjetju taka, da bodo novinarji z veseljem sodelovali s spletno stranjo. Skratka, ne prisila, temveč predstaviti je treba dejstvo, da je internet pomemben del časopisa in da smo vsi na isti ladji. Ne gre za to, da novinarji pišejo za nas, za Delo.si, ampak da pišejo za Delovo spletno stran, ki je nujni del Dela.«

Nina Jerančič na vprašanje, zakaj integracija ni večja, krivdo vidi v napaki prejšnjega vodstva hiše: »Namen integracije je bil predstavljen preveč površno in delno tudi neutemeljeno. Veliko je bilo nezadovoljstva zaradi novih delovnih mest in že s tem je ideja integrirane redakcije veliko izgubila.«

Da bi se spletni novinarji približali časopisnim, so se začeli udeleževati jutranjih sestankov posameznih redakcij. »Spremenili smo organizacijsko strukturo, kar pomeni, da imamo odslej za notranjo politiko zadolžene tri ljudi, po dva pa za gospodarstvo in zunanjo. Ti se med seboj izmenjujejo in vsako jutro se spletni novinar udeleži sestanka v notranji, gospodarski oziroma zunanji redakciji. To pomeni, da ima vpogled v dnevno delo za časopis,« pojasni Pavlič. Podobno razmišlja Božič, ki pravi, da imajo zaradi udeležbe na sestankih več informacij, več preglednosti nad vsakodnevnim dogajanjem, možnost, da časopisne novinarje prosijo za sodelovanje, hkrati pa vidijo, katere zgodbe in dogodki so za izkušene časopisne novinarje bolj in katere manj pomembne.

A ti sestanki niso najbolje izkoriščeni, kar je tretji razlog za slabšo integracijo. Pavlič je namreč prepričan, da bi se sodelovanje na teh sestankih lahko izboljšalo: »Na resornih sestankih bi se morali pogovarjati, kaj bomo čez dan delali za splet. Da bi tudi resorni uredniki razmišljali o načrtovanju dela za internet. Pri nas je največja težava hitrost, kar bi se dalo izboljšati, če bi se že en dan prej načrtovalo, kaj bodo časopisni novinarji delali za internet.« Po drugi strani, pa bi se moralo na uredniški ravni določiti, kaj je ekskluzivna zgodba, ki bo na spletni portal dana šele pozno zvečer ali naslednji dan, ko izide časopis, doda Pavlič. Tavčar pa predlaga, da bi se na sestanku časopisni in spletni novinarji morali dogovoriti, katere prispevke naj novinarji pripravijo za splet.

A za boljše sodelovanje med redakcijami samo sestanki niso dovolj, opozarja Pavlovčičeva, ki opozarja na pomanjkanje komunikacije med novinarji, kar je četrti razlog: »Spletni novinar, ki pride na sestanek in si zabeleži, katere teme bodo posamezni novinarji delali, po tem le čaka. Ti teksti nastajajo dolgo, spletni novinar pa vmes ne preverja, ne vpraša, kdaj bo prispevek končan, in novinarja ne prosi, naj mu napiše nekaj stavkov.« Tem besedam pritrujejo prav vsi vprašani časopisni novinarji, saj poudarjajo, da njih spletni novinarji le redko ali celo nikoli ne prosijo, naj pripravijo prispevek za splet. Tavčar in Pavlinova tako predlagata, da bi jih morali spletni novinarji nenehno opominjati, naj delajo še za splet. Barbara Pavlin ob tem poudarja, da med novinarji ni komunikacije, ker se za vse delo dogovarja z uredniki. Lidija Pavlovčič pa pravi: »Tisti, ki vodi ta portal, ne vzpostavi sistema pretoka informacij med spletno redakcijo in vsemi drugimi redakcijami, zato je to prepuščeno entuziazmu ali pa apatiji posameznih urednikov in novinarjev. Sistem pretoka informacij na internet sploh ni dodelan.«

Spletni novinarke Žnidarjeva in Kristanova priznavata, da so včasih spletni novinarji premalo dejavni, vendar Tina Kristan pri tem doda: »Ko mesec dni prosiš in sprašuješ, a pravega učinka ni, obupaš.« Da bi več neposredne komunikacije med novinarji lahko prineslo večje

sodelovanje, dokazuje Anže Božič, ki na vprašanje, kako spodbuja časopisne novinarje za sodelovanje s spletom, odgovarja: »Zelo preprosto – pritiskam nanje. Zjutraj imamo skupen kolegij o dnevnem poteku dela. Potem opomnim novinarja, ali mi lahko pošlje povzetek. Velikokrat se namreč zgodi, da pozabijo.«

Nina Jerančič pa opozarja, da zgolj vcepljanje zavesti ljudem, da ne smejo pozabiti na internet in da jih ob tem čakajo nove zadolžitve, še zdaleč ni dovolj: »Z vsakim kadrom se je treba ukvarjati, se predvsem veliko pogovarjati in nuditi stalno izobraževanje. Integracija je proces, in nikakor ne prostorska ureditev.« Pomanjkanje ukvarjanja z vsakim novinarjem, kamor lahko uvrstim tudi pomanjkanje izobraževanja, je peti razlog za slabšo integracijo med obema medijema.

Šesti razlog novinarji vidijo v pomanjkanju stimulacije in motivacije za delo za splet. Časopisni novinarji niso z ničimer stimulirani za delo za spletni medij, kar bi moralo vodstvo urediti, namreč opozarja Božič. Tudi Tavčar meni, da bi bila neke vrste motivacija primerna: »Ni treba, da je nekaj zelo velikega. Neka motivacijsko-stimulacijska zadeva bi morala biti uvedena na splošno. Zdaj se ne štejejo niti vrstice.« Barbara Pavlin k temu dodaja, da bi morali novinarje motivirati z besedami in pohvalami, ne pa z denarjem. Splet je namreč del časopisa, pristavlja.

Del težav spletni novinarji vidijo tudi v težavah lastne redakcije, kar je sedmi razlog za slabšo intergacijo. Nina Jerančič recimo ugotavlja, da v spletni redakciji še vedno niso spremenili načina vsakdanjega dela. Naloge so razdeljene preveč skoncentrirano, in to se kaže v preobremenjenosti posameznikov. Tudi Kristanova meni, da je v spletni redakciji potreben nov sistem dela, pa tudi kadrovska okrepitev: »Potrebovali bi pomoč nekoga, ki izjemno dobro pozna zakonitosti spleta, trende, pomen socialnih omrežij – verjetno smo celo edini v Sloveniji, ki nimamo možnosti Facebooka, Twitterja ... – in tako dalje. Ampak to ni stvar novinarjev *Dela.si*, ampak med drugim tudi oddelka za razvoj, s katerim imamo prepogosto borbe. Delo na *Delo.si* pa ne bo kakovostno, dokler bo en novinar na dan vnesel 20 tekstov.«

Kot osmi razlog za slabšo integracijo pa je lahko tudi podcenjevanje spletnih novinarjev s strani časopisnih. Spletna novinarja Anže Božič in Katja Žnidar namreč občutita, da so spletni novinarji podrejeni časopisnim, ki spletne tudi podcenjujejo. Žnidarjeva po eni strani to podcenjenost razume, a hkrati od časopisnih novinarjev zahteva spoštovanje in pomoč, ne pa zgolj kritike. Sogovornica je namreč na vprašanje, ali občuti, da imajo spletni novinarji za časopisne status podrejenosti, odgovorila:

»Zagotovo. Delno to razumem, ker so novinarji poznavalci določenih področij in poznajo vse podrobnosti. Mi to nikoli ne bomo, saj smo prisiljeni na splošno poznati vsa področja. Vendar bi lahko pokazali več spoštovanja, ker nekatere stvari delamo dobro in bi nas lahko bolj podprli. Glede na njihovo poznavanje bi nam lahko večkrat priskočili na pomoč in svetovali, ne pa da jih ni, ko jih rabiš, za kritiko pa so takoj trije v vrsti. Po eni strani verjetno vidijo v nas neko konkurenco, ali zaradi bojazni, da bi splet prevzel prednost pred časopisom, ali pa, da bi mi prišli delat za časopis.«

Z njo soglaša Božič: »Prav z integracijo smo vsem na očeh. Vedo, da smo tam. Delamo napake, kot vsi, a velikokrat slišimo neupravičene kritike. Označili so nas tudi za redakcijo genialcev.« Slednje je bilo mišljeno ironično, doda. Božič sicer priznava, da so časopisni novinarji kakovostnejši od njih. Za razliko od spletnega novinarja ne more biti prav vsak časopisni.

Borut Tavčar se strinja, da bi si spletni novinarji zaslužili več podpore, pa tudi krajše izobraževanje: »Njihovo delo je takšno, da so dežurni, delajo na ure in ni preprosto prepoznati, kaj sodi na splet.«

10.3.3 Multimedijškost novinarjev na *Delu*

Glede na to, da se v nekaterih integriranih uredništvih od novinarjev pričakuje, da znajo gradivo zbirati z različnimi tehnološkimi pripomočki, kot so videokamere, zmogljivi telefoni in fotoaparati (npr. Huang in drugi 2006; Aviles in Carvajal 2008), sem časopisne novinarje vprašal, ali bi bili sami pripravljene na takšno delo, ki se sicer na *Delu* ne izvaja. Izjema so dopisniki, redko tudi drugi novinarji, ki skrbijo tudi za fotografijo.

Intervjuvani novinarji takšnega načina dela niso zavrnil. Aleš Stergar na primer pove, da bi ob svojem siceršnjem delu lahko tudi snemal: »Tudi na kakšnem dogodku, denimo v tujini, kjer ni fotografa, nimam težav s fotografiranjem. Snemanja s kamero pa bi se moral navaditi. Mislim, da je to delo zelo preprosto. Nekaterim kolegom tematike ni treba razumeti, saj sogovorniku pred usta zgolj pomolijo mikrofona in vprašajo: Kaj pa vi mislite o tem?« Ob tem je zavrnil možnost, da bi tudi nastopal pred kamero, saj za artikulacijo misli in govora potrebuje čas. Na vprašanje, ali bi videoprispevek tudi zmontiral, pa je odgovoril: »Da bi se še z montažo moral ukvarjati ... Ne vem, kako je to, saj tega nisem nikoli delal.« Tudi drugi časopisni novinarji takšnega dela niso zavrnil. A spletni novinarji menijo, da časopisni novinarji takšnega dela ne bi bili pripravljene opravljati. Nina Jerančič pravi, da je takšna

organiziranost dela v številnih medijskih hišah. »A v *Delu* za ta korak zagotovo nismo pripravljeni,« doda. Z njo se strinjata Tina Kristan in Katja Žnidar. Slednja pravi: »Mislim, da se na *Delu* to ne bo zgodilo. Novinarji so starejši, tehnika jim ni pri srcu. Mogoče bi se bilo treba organizirati tako, da bi časopisni in spletni novinar sodelovala. Ne predstavljam pa si, da bi vse to delala ena oseba. Časopisni novinarji tega ne bi bili pripravljeni storiti.« Denis Pavlič po drugi strani meni, da mnogo novinarjev ne bi želelo tako delati, posamezniki pa bi bili za to pripravljeni.

Čeprav časopisni novinarji niso zavrnil takšnega multimedijskega dela, v njem vidijo več slabosti kot prednosti. Težave vidijo predvsem v pomanjkanju časa za kakovostno opravljanje novinarskega dela. Tavčar vidi možnost zgolj v tem, da bi časopisni novinar posnel gradivo, ga po prenosniku poslal v redakcijo, kjer bi ga montažerji uredili. Da bi sam moral narediti prispevek, pa je po njegovem mnenju mogoče le, če na dan poročaš zgolj o eni temi. Sicer za to ni časa. Snemanje in montiranje videoprispevkov ni posebna ovira niti nekdanji radijski novinarki Katarini Fidermuc, a pri tem opozarja, da ni preprosto ob prispevku za časopis narediti še videoprispevek: »Za to je potrebna posebna veščina, da ne nastanejo zelo slabi prispevki, ki bi pri bralcih spodbujali nervozo.« Tudi Barbara Pavlin vidi težavo v časovni omejenosti, opozorila pa je tudi, da bi se ob takšnem delu časopisnih novinarjev zmanjšalo število novinarjev v spletni redakciji. Tudi spletni novinar Denis Pavlič opozarja, da bi novinarjem ob takšnem delu lahko zmanjkovalo časa za preverjanje informacij in iskanje drugih virov. Poleg tega bi morali novinarje naučiti dela z opremo, težava pa je tudi razdeljenost področij: »Če konkretno pogledam gospodarsko redakcijo, bi nastal problem, ker imajo zelo razdeljena področja. Če nekdo pokriva denimo trgovino, je vprašanje, ali bi ta novinar o dogodkih poročal tudi s kamero ali bi moral s seboj vzeti še enega človeka. Za to moraš imeti nekaj veselja in talenta. Da bi pa nekoga s tem posiljeval, nima smisla.«

Mnenja novinarjev se razlikujejo pri vprašanju, ali je tovrstno multimedijsko delo primerno za *Delove* časopisne novinarje in ali bi takšno delo prineslo pozitivne spremembe. Bolj so skeptični časopisni novinarji.

Videoprispevki na spletnih straneh so trend, ki se je začel pojavljati na Zahodu, pove Katarina Fidermuc in doda: »Ne verjamem, da to zelo pripomore k časopisu kot izdelku na papirju in je vprašljivo, ali lahko časopisna hiša, ki v to ne vloži zelo veliko kadrov in sredstev, tekmuje s televizijo. Načelo, da je video dopolnitev časopisa na papirju, se ni uveljavilo.« Tudi Lidija Pavlovčič tovrstnega dela ne odobrava, saj časopis potrebuje poglobljeno informacijo, za kar je potreben čas:

»Tak način dela je uporaben za instant medije, ki želijo ponuditi hitro informacijo. To je primerno za portal, kjer je treba ponuditi besedo in sliko. Če je ta gibljiva, še toliko bolje. Vsak zna hitro narediti videoposnetek. A za tradicionalen časopis na papirju to ni mogoče. Že po definiciji moraš v časopisu ponuditi poglobljeno, ne pa hitre informacije. Za to pa s seboj ne moreš nositi vseh teh delovnih orodij. Potrebuješ namreč čas, ljudi za pogovor in razmislek. To je dodana vrednost časopisa kot medija.«

Med spletnimi novinarji zgolj Anže Božič meni, da tovrstne multimedijskosti na *Delu* ne bi smelo biti: »Imamo namreč profesionalne fotografe, zakaj bi torej fotografiral novinar.« Vendar pričakuje, da bo organiziranost dela šla v smeri takšne večveščinskosti: »Glede na to, da se obeta zmanjševanje stroškov, bi bila to logična posledica.«

Po drugi strani Barbara Pavlin in Katja Žnidar menita, da bi takšno delo prineslo prednosti. Na iste dogodke namreč ne bi hodilo več novinarjev iz iste hiše, pravi Žnidarjeva: »Poleg tega poznavalec določenega področja lažje in hitreje naredi prispevek, krajšo različico za na splet, daljšo pa za časopis, ne da bi se informacije ponavljale. Če gresta na isti dogodek dva novinarja, se lahko zgodi, da dobimo dva zelo podobna prispevka.« Žnidarjeva se sicer ne strinja z argumentom, da multimedijško delo novinarjem vzame preveč časa za preverjanje informacij in iskanje drugih virov: »Dva klica po telefonu ti vzameta 15 minut. Razlog je v tem, da novinarji za takšno delo niso zainteresirani, ker jim to vzame dodaten čas in so navajeni, da napišejo zgolj prispevek za časopis.«

Za razliko od novinarjev, ki takšno delo podpirajo ali pa ga ne podpirajo, Nina Jerančič in Denis Pavlič menita, da je odvisno od dogodka, ali je tovrstna večveščinskost primerna. Tak način dela in tovrstne tehnologije so primerne za videobloge, komentarje in lahkotnejše prispevke, intervjuji in resnejše teme, posnete s fotoaparatom, pa na *Delo* ne sodijo, meni Jerančičeva. Tudi Pavlič ocenjuje pozitivno, da bi časopisni novinarji informacije zbirali tudi z videokamero, pri čemer bi bilo treba najprej dobro presoditi, kaj bi bilo zanimivo za videoprispevek.

10.3.4 Ovrednotenje integrirane redakcije

Novinarji različno vrednotijo integrirano redakcijo in delo v njej. Spletni novinarji v njej vidijo predvsem prednosti, časopisni novinarji predvsem slabosti, urednica gospodarske redakcije pa eno in drugo.

10.3.4.1 Slabosti integrirane redakcije

Novinarji so opredelili dve negativni posledici integriranega uredništva. »Integracija, ki jo mi doživljamo kot prostorsko organiziranost, ima prednosti in slabosti. Ne omogoča zasebnosti, saj novinarsko delo, ki je izrazito individualno, postavlja v kolektivni prostor, tako rekoč v proizvodno halo, in mu daje občutek proizvodnje,« pravi Pavlovčičeva. Tudi Božič je poudaril vprašanje zasebnosti: »Ko imamo vedno nekoga za hrbtom, imamo mogoče bolj slabo vest pogledati na Facebook ali prebrati časopis.«

Po mnenju Pavlinove, Fidermucove in Stergarja pa novinarsko delo v integrirani redakciji otežujejo slabši pogoji dela, predvsem hrup. »Novinar najprej vse moti, ko zbira podatke. V nadaljevanju se moraš zbrati in premisliti, kaj si slišal. V tej fazi je integrirana redakcija slabo okolje, saj slišiš vse šume. Ljudje imamo namreč različen ritem; medtem ko nekdo končuje komentar, drugi v istem času zbira podatke,« pojasnjuje Katarina Fidermuc. Stergar k temu dodaja, da je velik prostor manj primeren za miselno delo: »Novinar namreč nima prostora, kjer bi se v miru posvetil svojemu delu. Novinarsko delo namreč ni zgolj zbiranje informacij, ampak je polintelektualno delo, za kar rabiš mir.« Ta je pritrdil na vprašanje, ali je integrirana redakcija prinesla zgolj negativne spremembe. Katarina Fidermuc še meni, da se zaradi uvedbe integriranega uredništva vsebina časopisa ni pomembno spremenila na bolje.

10.3.4.2 Prednosti integrirane redakcije

Po drugi strani novinarji vidijo prednosti integrirane redakcije v pogostejši komunikaciji in sodelovanju, kar izboljša kakovost novinarskih prispevkov. Tudi Pavlovčičeva poudarja, da integracija omogoča več sodelovanja in komunikacije med novinarji. To pa po njenih besedah postopoma prinaša tudi bolj kakovostne prispevke, saj bralec v eni temi ne dobi več zgolj enega pogleda, ampak je ta lahko obdelana z več strani. A premik je počasen, opozarja. Tudi Tina Kristan, Anže Božič, Nina Jerančič in Denis Pavlič se strinjajo, da je integracija prinesla kakovostnejši spletni portal *Delo.si*, »Obstajajo novinarji, ki brez težav sodelujejo z nami, kar zagotovo vpliva na kakovost v smislu hitre pridobitve in objave informacije na *Delo.si*,« pravi Kristanova. Podobno pojasnjuje Božič: »Izboljšala se je ažurnost, pa tudi vsebina novic, saj te večkrat napišejo novinarji, ki so strokovnjaki za neko področje. Na portalu je namreč manj agencijskih novic in več avtorskih prispevkov.« Pavlič pa trdi, da je podpora novinarjev iz hiše priložnost za *Delov* portal: »Prej smo bili omejeni s proračunom, zato novinarjev nismo mogli pošiljati na teren. Odvisni smo bili od tiskovnih agencij. Podpora novinarjev iz hiše pa je potencial, da imamo lahko najboljši portal med resnimi portali z ažurnimi novicami.« Večjo

ažurnost je poudarila tudi Nina Jerančič, pri čemer vidi tudi druge prednosti integracije s časopisnimi novinarji, in sicer večjo kakovost novinarskih prispevkov, ki jih pišejo slovita novinarska imena, in ugled same blagovne znamke *Delo*, ki na spletu sicer ostaja neuveljavljena.

Prostorska integracija spletnim novinarjem omogoča, da od časopisnih novinarjev lažje dobijo neki odgovor ali informacijo, meni Tina Kristan. Kot pravi, časopisni novinarji lahko zagotovijo več informacij, saj so za razliko od spletnih novinarjev na terenu, med ljudmi, Tudi Jerančičeva opaža, da lažje dostopajo do informacij. Barbara Pavlin pa pove, da prostorska integracija omogoča, da novinar lažje pride do kolega iz druge redakcije, a se novinarsko delo kljub temu ni spremenilo.

11 Diskusija

V tem poglavju primerjam rezultate svoje raziskave s teorijo in ugotovitvami drugih raziskav. Pri tem rezultate pojasnujem in ugotavljam, kaj ti rezultati pomenijo za novinarstvo in medije.

11.1 Uredništvo *Dela* kot centralizirana, in ne integrirana redakcija

V integriranem uredništvu poteka sodelovanje med novinarji različnih področnih uredništev in tradicionalno ločenih medijev. Zato se v integriranem uredništvu spajajo ljudje in tehnologije, ne pa zgolj prostori. Z novimi uredništvami želijo medijske hiše spodbuditi komunikacijo in sodelovanje med novinarji ter tako povečati kakovost novinarskih prispevkov (Meier 2007). S fizičnim preoblikovanjem uredništev se namreč med novinarji poveča komunikacija (Gordon 2003, 69), neposredna bližina zmanjšuje zmešnjavo, novinarji si lažje izmenjujejo informacije, prihranijo čas, rodijo se nove ideje in zaupanje (Quinn 2005, 57).

Trditve, da prostorska integracija prinese vse te prednosti, držijo le deloma. Z opazovanjem z udeležbo v integriranem uredništvu sem ugotovil dve novinarski praksi, neintegrirano in integrirano. Na *Delu* prevladuje prva. Drugi model novinarske prakse, ki sem ga razdelil na tri podvrste (sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije, sodelovanje med novinarji iz različnih področnih redakcij in večveščinska ali multimedijaska novinarska praksa), je resda čedalje pogostejši, so pokazali odgovori intervjuvanih novinarjev, a ta model je bil prisoten tudi pred prostorsko integracijo. Poleg tega obstajajo primeri dobrega in slabšega pisanja novinarskega prispevka po vseh treh podvrstah tako pred kot tudi po prostorski integraciji. Poleg tega odgovori novinarjev, časopisnih in spletnih, še kažejo, da se po prostorski integraciji produkcijska praksa za mnogo novinarjev ni bistveno spremenila ali pa je povsem enaka kot pred integracijo ter da je dovzetnost za spremembe odvisna predvsem od posameznega novinarja.

To kaže, da je uspeh prostorske integracije odvisen predvsem od ljudi, in sicer vodstva medijske hiše, urednikov in novinarjev. »Za integracijo potrebuješ človeka, ki integrira. Prostor sam po sebi ne integrira,« ugotavlja časopisni novinar Borut Tavčar. Prostorska integracija je le del celotne integracije. Primer *Dela* je potrdil trditev Quinna (2005, 158, 162), ki pravi, da mora novinar v konvergenčnem procesu spremeniti mišljenje ter med drugim

osvojiti nov odnos do časa in rokov, osvojiti prilagodljiv odnos do lastne novinarske vloge, pripravljen mora biti za spremembe, odprt za učenje ter pripravljen sodelovati z drugimi novinarji.

V novem uredništvu na *Delu*, tako imenovani integrirani redakciji, so se torej do zdaj spojili zgolj prostori in le v manjšem deležu osebje in tehnologije. Zato lahko na *Delu* bolj kot o integriranem, govorimo o centraliziranem uredništvu. Po strukturi uredništva so se na *Delu* tako približali anglosaški tradiciji organiziranja uredništev. A čeprav Esser (1998) ugotavlja, da imajo centralizirana uredništva visoko stopnjo uredniškega nadzora in večjo delitev dela, kar prinaša učinkovitejšo novinarsko produkcijo v časovnih stiskah, se uredniški nadzor v *Delu* ni povečal, prav tako se je le deloma povečala delitev dela, novinarji pa v časovnih stiskah ne opažajo učinkovitejše produkcije.

11.2 Pomanjkljivosti novinarskih praks

11.2.1 Pomanjkljivosti neintegrirane novinarske prakse

Kljub prostorski integraciji je prevladujoč način novinarskega dela še vedno neintegrirana novinarska praksa. Pomanjkljivost te prakse je, da ne vključuje prednosti, ki jih ponuja integracija. Kakovost prispevka se lahko namreč poveča s sodelovanjem več novinarjev, ki lahko iz različnih zornih kotov obdelajo zgodbo, več novinarjev lahko najde več relevantnih informacij, pokliče več virov, s čimer prispevek pridobi dodano vrednost.

Novinarji bi morali sodelovati tudi z nenovinarskim osebjem, ki sodeluje pri produkciji časopisa. Novinar in grafik bi se morala dogovarjati, kako in katere informacije na določen način ustrezno grafično predstaviti. Novinar bi namreč moral povedati, katere informacije so pomembne, da bi jih morali grafično predstaviti, grafik pa bi moral ugotoviti, kakšna grafika bi bila za te informacije najprimernejša. Tega sodelovanja je premalo, saj novinar ponavadi le pripravi podatke in naroči graf oziroma tabelo, globljega sodelovanja pa ni.

Prav tako ni dovolj sodelovanja na ravni novinar–urednik–redaktor–fotograf. V tem štirikotniku bi bil potreben dogovor, katero fotografijo izbrati k nekemu prispevku. S tem bi novinar lahko ustrezno oblikoval podpis pod fotografijo, kar je danes redkost, fotografiji pa bi lahko prilagodil tudi preostalo besedilo.

Brez sodelovanja z internetom pa prispevek ni objavljen na spletni strani, s čimer so za ta prispevek prikrajšani uporabniki spleta, ki novico lahko preberejo šele pozno zvečer (za primer ekskluzivne zgodbe iz Priloge C: Je stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito?)

oziroma naslednji dan, ko je že objavljena v časopisu, ali pa morajo brati novico, ki jo spletni novinarji prekopirajo iz tiskovne agencije. Spletni portal tako izgublja kakovost. Pri tem je seveda treba razlikovati aktualne prispevke od ekskluzivnih zgodb. Pri prvih je nujna ažurnost, saj bodo o enaki novici poročali tudi drugi mediji, ekskluzivne zgodbe pa morajo biti najprej objavljene v časopisu in z zamikom tudi na spletu, sicer nihče ne bo želel kupiti tiskanega časopisa.

11.2.2 Pomanjkljivosti integriranih novinarskih praks

Pomanjkljivo pa je delo tudi pri integriranih novinarskih praksah. Časopisni novinarji, ki skupaj pišejo novinarski prispevek, namreč ponavadi ne sodelujejo pri oblikovanju naslovja, veznega besedila in vodila. S sodelovanjem lahko bolje napišejo, saj ima več novinarjev tudi več idej. Za tovrstno sodelovanje je nujno, da novinarji dobro spoznajo vse pridobljene informacije. To pa je mogoče zgolj z dobrim sodelovanjem v celem sporočanjem procesu. Prav tako niti v tem modelu ni sodelovanja med novinarji ter fotografi in grafiki.

Praksi, ki predvidevata sodelovanje med časopisnimi novinarji bodisi iz ene bodisi iz več redakcij, sta neintegrirani s spletom. S tem so uporabniki spleta prikrajšani za te prispevke, saj jih lahko na spletu preberejo šele naslednji dan ali preberejo prispevek, ki je prekopiran iz tiskovne agencije. S tem pa izgublja kakovost tudi spletni portal, saj je neažuren ali pa so na njem novice, ki so jih napisali agencijski novinarji.

Večjo povezavo z internetom pa predvideva večveščinska oziroma multimedijska novinarska praksa. A večveščinskost lahko obsega zgolj pisanje prispevka za splet, ne pa tudi snemanja in montaže videa. Ta sicer ni vedno potreben, včasih pa video pove več kot tisoč besed in fotografij. Prav to se je zgodilo na eni izmed nadzornih sej Vegrada. Televizijske kamere so namreč posnele začuden obraz Tovšakove, ko jo je med dajanjem izjave presenetil Vegradov podizvajalec in zahteval plačilo.

A če bi časopisni novinar hkrati skrbel še za video, bi imel manj časa za zbiranje informacij in za pisanje besedila, s čimer bi bil njegov prispevek manj kakovosten. Kot rešitev se ponuja, da bi časopisnega novinarja na dogodkih spremljal spletni s kamero, kar pa bi bilo za časopisno hišo drago. Zato je na vsakodnevni ravni potreben premislek, kateri dogodki so potencialno primerni za upodobitev v videoprispevku.

Težava pri pisanju prispevka tako za splet kot za časopis je tudi v tem, da se stil pisanja za splet nekoliko razlikuje od stila pisanja za časopis. Na spletu naj bi bilo več mednaslovov, krajši stavki ter udarna povzetek in naslov. Zaradi pomanjkanja časa in tudi neznanja časopisni novinarji na splet večkrat pošljejo le krajšo različico časopisnega prispevka.

Novinar bi moral pri prispevku za splet vedno napisati tudi udaren naslov, podnaslov in povzetek, ki bi pritegnil bralca. Naslov novinar ponavadi še naredi, ne pa tudi podnaslova in povzetka. A spletni novinarji ne poznajo teme tako dobro, da bi se znali bolje odločiti, kaj uvrstiti v podnaslov in povzetek. Tako dobimo podnaslov »Vegradovi delničarji tudi o uporabi lanskega bilančnega dobička« (glej Prilogo H: Tovšakova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved), s čimer ne pritegnejo bralca. Na vsaki skupščini namreč delničarji odločajo o uporabi lanskega bilančnega dobička. Po drugi strani pa vedno obstaja nevarnost, da bi novinarju zmanjkalo časa za kakovosten časopisni prispevek, če bi se preveč angažiral za splet.

11.3 Spremembe produkcijske prakse

Večina izmed desetih intervjuvanih novinarjev ne opaža sprememb produkcijske prakse po uvedbi integrirane redakcije ali pa so po njihovem mnenju te spremembe majhne. Le redki pa opažajo ogromne spremembe.

Predvsem časopisni novinarji ne opažajo sprememb, saj so med seboj že prej sodelovali. Po drugi strani urednica gospodarske redakcije Lidija Pavlovčič, ki ima pregled nad delom novinarjev, meni, da se postopoma izboljšuje sodelovanje z novinarji iz drugih redakcij, ki se ukvarjajo z enakimi temami kot gospodarski novinarji. A sodelovanje se po njenem mnenju in po besedah časopisnih novinarjev ni bistveno izboljšalo s spletom. Nekateri časopisni novinarji celo pravijo, da s spletom ne sodelujejo nič bolje kot prej ali pa s spletno redakcijo sploh ne sodelujejo.

Po drugi strani vsi spletni novinarji opažajo povečano sodelovanje s časopisnimi, a se med seboj ne strinjajo o obsegu tega sodelovanja. Medtem ko nekateri govorijo o ogromnih spremembah, so drugi bolj razočarani in pravijo, da so spremembe majhne. Vsi se strinjajo, da je sodelovanje mogoče še povečati.

Razlike v teh odgovorih so posledica različnih predhodnih pričakovanj in subjektivnega doživljanja sprememb novinarskega dela ter po drugi strani različnih izkušenj glede dejanskih sprememb. Odgovori novinarjev kažejo, da so novinarji različno dovzetni za spremembe v novinarskem delu; nekateri novinarji so po uvedbi integrirane redakcije začeli več sodelovati s spletom in ostalimi drugimi redakcijami, za druge pa se novinarsko delo ni spremenilo.

To vprašani novinarji potrjujejo tudi eksplicitno, pri čemer med njimi ni enotnega odgovora, ali so za spremembe bolj pripravljeni mlajši ali pa starost ne igra vloge. Povprečna starost novinarjev na *Delu* je relativno visoka, saj je bilo ob koncu lanskega leta zaposlenih le 23

novinarjev, starih manj kot 30 let, 163 zaposlenih je bilo starih med 31 in 40 let, 138 med 41 in 50 let, 104 so bili stari med 51 in 60 let, 25 pa nad 60 let (Delo, d. d. 2010, 24–25). Pri poglobljenih intervjujih so sodelovali različno stari časopisni novinarji, a s spletom zelo redko sodelujeta mlajša novinarja in en starejši novinar, starejša novinarka pa s spletom ne sodeluje. Dovzetnost za integracijo je odvisna od novinarjeve samoiniciativnosti, pri čemer starost ni pravilo.

Na podlagi poglobljenih intervjujev in opazovanja z udeležbo lahko opredelim več razlogov, zakaj sta se komunikacija in sodelovanje nekaterih novinarjev povečala ter po drugi strani, zakaj ta integracija ni večja in zakaj je najpogostejši model pisanja novinarskega prispevka neintegrirani model.

11.3.1 Dejavniki, ki povečujejo integracijo

Iz odgovorov novinarjev in opazovanja z udeležbo lahko opredelim tri razloge, zakaj se je integracija nekaterih novinarjev v novem uredništvu povečala:

Nova prostorska razporeditev: kolektivni prostor sili novinarje v komunikacijo, novinarji pa tudi bolje poznajo spletne novinarje in novinarje iz drugih področnih redakcij. Nekateri spletni novinarji so poudarili, da zaradi prostorske integracije lažje pridejo do podatkov pri časopisnih novinarjih. Tudi nekateri avtorji (npr. Gordon 2003; Quinn 2005) trdijo, da prostorska integracija poveča komunikacijo in sodelovanje.

Nova organizacija spletne redakcije: spletna redakcija ima dežurne novinarje, ki se vsako jutro udeležijo sestanka redakcije notranje politike, gospodarstva in zunanjih zadev. S tem imajo vpogled v delo novinarjev, na sestankih so se časopisni in spletni novinarji spoznali, kar spletnim daje možnost, da jih prosijo za sodelovanje.

Spodbuda vodstva: prejšnji odgovorni urednik Darijan Košir je časopisne novinarje spodbujal k sodelovanju s spletnimi.

11.3.2 Dejavniki, ki zavirajo integracijo

Po drugi strani lahko opredelim deset razlogov, zakaj integracija ni večja oziroma zakaj nekateri novinarji sploh ne sodelujejo z novinarji iz drugih redakcij in spleta:

Slabo delovanje vodstva: ne prejšnje ne sedanje vodstvo ni pojasnilo namenov integracije in načinov, kako te cilje doseči, očitajo nekateri novinarji, čeprav so bili organizirani sestanki, na katerih so novinarji lahko vprašali kar koli o integraciji. Vodstvo še ni organiziralo izobraževanj za novinarje. Zdaj je sicer za bližnjo prihodnost napovedano izobraževanje o pisanju za internet. Vendar to je prepozno, saj se integrirana redakcija izvaja že skoraj eno

leto. Prav tako vodstvo ne opredeli težav *Dela*, zaradi katerih izgublja status najbolj branega resnega dnevnika v Sloveniji, s čimer so rešitve vodstva vprašljive, ali bodo sploh učinkovite. Vodstvo novinarjev ne stimulira in ne motivira za sodelovanje s spletom, ob tem pa, trdi spletna novinarka Tina Kristan, spletni redakciji ne da prave veljave.

Odpor novinarjev do integrirane redakcije: vodstvo je površno predstavilo namen integracije, zato so se novinarji v nove prostore selili z odporom, pove urednica *Dela.si* Nina Jerančič. Tudi časopisni novinarji priznavajo, da »integracije niso vzeli za svojo«. Moti jih občutek proizvodne hale – novinarji so denimo primerjali fotografijo proizvodnje v Preventu z integrirano redakcijo –, izguba zasebnosti in slabši prostorski pogoji za delo. Ko so novinarji delali v ločenih pisarnah, so se ob pisanju novinarskih prispevkov zahtevnejših žanrov, kot sta komentar in intervju, mnogokrat zaprli v pisarne. Tako so omejili hrup iz drugih pisarn in skupnih prostorov, kjer so potekali sestanki novinarjev. V integriranem uredništvu to ni mogoče, zato grede nekateri novinarji zahtevnejše prispevke napisat domov. Težave se pojavljajo tudi pri toplotni regulaciji; medtem ko nekoga zebe in čuti preprih, je drugemu vroče. Zaradi slabših delovnih pogojev so denimo nezadovoljni tudi novinarji *Avstrijske tiskovne agencije* (Meier 2007, 11).

Sodelovanje ni obveznost: vodstvo novinarjem ni nikoli ukazalo, da morajo obvezno sodelovati s spletom, zato je to prepuščeno njihovi samoiniciativnosti, navodilom resornega urednika in njihovi volji, da ustrezajo prošnjam spletnih novinarjev. Dokler takšno sodelovanje ne bo obvezno, na *Delu* ne bo integracije med časopisnimi in spletnimi novinarji. V španski *Novotécnicos*, kjer ni obvezno le sodelovanje s spletom, kakršno se pričakuje na *Delu*, temveč morajo novinarji znati snemati, fotografirati, objavljati prispevke na spletu ter urejati video in zvok, je multimedijskih 70 odstotkov novinarjev. Kljub začetnemu odporu. Po drugi strani v *La Verdad Multimedia* večveščinskost ni obvezna, zato večšine več medijev obvlada le desetina novinarjev (Aviles in Carvajal 2008).

Nemotiviranost novinarjev: urednica gospodarske redakcije Lidija Pavlovčič meni, da so novinarji nemotivirani, saj razmišljanje o temah prelagajo na urednike, v sodelovanju z grafiki pa iščejo bližnjice, da hitreje končajo svoje delo, in dogovore s tehničnim oddelkom prepuščajo urednikom. Nemotiviranost tudi lahko vpliva na obseg in poglobljenost sodelovanja z ostalimi novinarji in redakcijami.

Preobremenjenost novinarjev: novinarji so po drugi strani preobremenjeni. Tako kot v drugih medijskih hišah, kjer morajo novinarji prispevek oddati vsakih 24 ur ali še pogosteje (Schudson 2003, 34), morajo tudi Delovi novinarji pogosto v enem dnevu napisati več prispevkov, ne le za redno številko *Dela*, temveč tudi za priloge. Novinarji se tako večkrat niti

ne spomnijo, da bi prispevek lahko poslali še na splet. Sodelovanje z drugimi časopisnimi redakcijami pa po eni strani lahko obremenjenost zmanjša, včasih pa jo tudi poveča. Če dva novinarja skupaj pišeta prispevek, sta manj obremenjena, kot bi bil en sam. Po drugi strani pa včasih neki novinar, ki je preobremenjen, za pomoč prosi drugega. Tako se poveča preobremenjenost tudi za drugega. Preobremenjenost novinarjev na *Delu* bi se lahko zmanjšala, če bi bila obremenitev z delom enakomerna za vse novinarje.

Navajenost na star način dela: spletni novinarji očitajo časopisnim, da niso pripravljeni sodelovati z njimi in da so navajeni na star način dela. Slednje časopisni novinarji tudi priznavajo. Novinar mora v integraciji spremeniti mišljenje, biti prilagodljiv in pripravljen na spremembe in sodelovanje (Quinn 2005, 158, 162), a mnogi novinarji *Dela* tega ne želijo storiti, menijo, da ne zmorejo, in v to niti niso prisiljeni. To pa dokazuje trditev, da je integracija različnih kultur najtežji del konvergence (Singer 2004, 10).

Slaba komunikacija: med spletno in drugimi redakcijami ni prave komunikacije, saj zgolj udeležba spletnih novinarjev na sestankih redakcije ni dovolj, opozarjajo številni novinarji. Prostorska integracija lahko komunikacijo poveča le deloma.

Podcenjenost spletnih novinarjev: nekateri spletni novinarji trdijo, da imajo časopisni novinarji do njih podcenjujoč odnos, kar potrjuje raziskavo Vobiča (2009). S tem ko imajo nekateri časopisni novinarji podcenjujoč odnos do spletnih novinarjev, kažejo tudi negativen odnos do spletne redakcije *Dela* in spleta kot medija.

Težave spletne redakcije Delo.si: novinarji spletne redakcije *Delo.si* so preobremenjeni, kažejo odgovori nekaterih spletnih novinarjev. Potrebna bi bila pomoč novinarja, ki pozna zakonitosti spleta, trende, pomen socialnih omrežij in podobno, naštevata spletna novinarka Tina Kristan, k temu pa lahko dodam, da bi urednika spletne redakcije morala vzpostaviti komunikacijski sistem s časopisnimi novinarji ter večino novinarjev in urednikov v sodelovanju z vodstvom hiše vzpodbuditi za sodelovanje.

Vsebinska zasnova časopisa: večina prispevkov v *Delu* je o aktualnih dogodkih, ki so se zgodili dan pred izidom časopisa. V časopisu primanjkuje poglobljenih prispevkov in zahtevnejših žanrov. Kot pravi novinarka Katarina Fidermuc, bi moral biti »naš celovit integriran pristop tak, da bi se nekako znali dogovoriti, kaj je za naše bralce v resnici pomembno«, ne pa da bi pisali zgolj poročila s tiskovnih konferenc. A to se ne zgodi, ker je »treba napolniti časopis, kar ni vedno lahko, ker te priganja čas in ker si obremenjen s tem, da moraš po možnosti vsak dan nekaj narediti. Zato si uredniki in novinarji pomagamo z dogodki, ki jih dobimo na pladnju«. Povedano z drugimi besedami: ker je *Delo* kadrovsko

omejeno in ker mora biti časopis vsak dan poln, je večina prispevkov narejena na podlagi novinarskih rutin enega novinarja.

11.3.3 Konflikt med rutinami in novimi praksami

Nekateri razlogi, da ni večje integracije, dokazujejo, da se v integrirani redakciji ustvarja konflikt med rutinami in novimi praksami, kot ugotavljajo že Huang in drugi (2006). Rutinizacija namreč omogoča cenejšo novinarsko produkcijo (McManus 1994; Baskin in Aronoff 1998) in omogoča, da se novinarji lažje spopadajo s časovnimi pritiski in da lahko ustvarijo več novinarskih prispevkov (Schudson 2003). Časovni pritisk pa ne omogoča, da bi novinarji sodelovali v večjem obsegu. Na to opozarja tudi Katarina Fidermuc, ki se ji zdi vprašljivo, ali bi lahko napolnili vse strani časopisa, če bi na podlagi sodelovanja več novinarjev delalo isto temo. To težavo bi sicer lahko rešili z večjim številom novinarjev, kar je pa drago in trenutno, ko so *Delu* oglaševalski prihodki padli za tretjino (Delo, d. d. 2010, 5), nerealno. Z rutinami lahko povežem tudi navajenost na star način dela, kar ni mogoče spremeniti čez noč.

Ali bo medijski hiši *Delo* na dolgi rok uspelo integrirati večino novinarjev, je odvisno od mnogih dejavnikov, med drugim od pritiskov vodstva, kolegov novinarjev in zunanjih pritiskov. Če drži trditev ameriškega komunikologa Lancea Bennetta, se bo novinarsko delo sčasoma spremenilo. Bennett namreč pravi, da novinarske organizacije spodbujajo uporabo formul; uredniki nenehno pritiskajo na novinarja začetnika, kako naj poroča. Sčasoma novinarji svoj slog prilagodijo zahtevam organizacije (1996, 123). Kajti medtem, ko rutine vplivajo na integrirano uredništvo, velja tudi obratno, integracija vpliva na rutine (Deuze 2004). Na primeru *Dela* se trenutno kaže proces zgolj v eno smer, da rutine vplivajo na integracijo, kako bo integracija vplivala na rutine, se bo pokazalo čez nekaj let.

11.4 Multimedijškost novinarjev

Za spremembe so bolj odprti spletni novinarji. Ti si bolj želijo sodelovanja s časopisnimi novinarji. Oni so namreč tisti, ki prosijo časopisne, naj sodelujejo z njimi; časopisni novinarji celo pričakujejo, da jih bodo spletni opominjali, naj jim pošljejo prispevek ali pa naj jim sporočijo pomembno informacijo s terena. Podobno kaže raziskava v *Novotécnici*, kjer so se integraciji bolj kot elektronski upirali časopisni novinarji (Aviles in Carvajal 2008).

Spletni novinarji, razen enega, so tudi bolj naklonjeni večji multimedijškosti časopisnih novinarjev. V konvergiranjem uredništvu se namreč od novinarja pričakuje, da bo znal zbirati

podatke za različne medije in z moderno tehnologijo, kot so videokamere (Dailey in drugi 2005, 154). Poleg tega naj bi vsak novinar tudi znal urejati prispevke za različne medijske platforme (Huang in drugi 2006, 86; Aviles in Carvajal 2008, 225).

Vendar v nekaterih integriranih uredništvih takšnega načina dela ne odobravajo, denimo v *Žurnalu media*, prav tako na *Delu* ni bilo nikoli poudarjeno, da bi morali biti novinarji »one man band« oziroma »inšpektor Gadget«. Glavna orodja za pridobivanje informacij ostajajo internet, elektronska pošta in telefon, pa seveda tudi osebni stik z viri informacij. Za fotografije še vedno poskrbijo fotografi, video pa posname ekipa uredništva spletnega *Dela*. Le slovenski dopisniki morajo večkrat tudi fotografirati, saj ima *Delo* fotografe zgolj v Ljubljani in Mariboru, včasih pa na nekaterih dogodkih v tujini, kjer ni fotografa, fotografirajo tudi drugi časopisni novinarji. Ob izjemnih dogodkih, kot so bile poplave, pa je kakšen samoiniciativni časopisni novinar posnel krajši video, ki sicer ni bil podoben novinarskemu videoprispevku, temveč je zgolj prikazoval povodenj.

Novinarji *Dela* torej niso multimedijski v smislu rokovanja z različnimi novimi tehnologijami, temveč zgolj v nekaterih oblikah sodelovanja s spletom. S spletom sodelujejo tako, da napišejo prispevek za *Delo.si*, s terena sporočijo informacije ali pa spletnim novinarjem dajo namig, kje se lahko skriva dobra zgodba za na internet.

Kljub temu novinarji v intervjujih tovrstne večveščinskosti niso zavrnil, a v njej vidijo več slabosti kot prednosti. Opozarjajo predvsem, da je takšno delo mogoče le, če ima novinar čas, znanje, smisel in veselje. A novinarji so vsak dan pod časovnim pritiskom in pritiskom urednikov, da po možnosti vsak dan oddajo prispevek, saj morajo uredniki napolniti časopis. Mnogo novinarjev in medijskih strokovnjakov pa trdi, da zahteve po dodatnem delu in hitrosti poslabšujejo pogoje za novinarsko delo, predvsem zaradi zmanjšanja potrebnega časa za poročanje, raziskavo, ubeseditev in premislek o zgodbi (Klinenberg 2005, 60). Takšno pomanjkljivost vidi v multimedijem delu tudi urednica gospodarske redakcije Lidija Pavlovčič. Ta je opozorila, da tak način dela za časopis ni primeren, saj ne omogoča pridobitve poglobljenih, temveč le hitre informacije. Po drugi strani urednica *Dela.si* Nina Jerančič meni, da je takšna multimedijevost primerna za nekatere teme, spletna novinarka Katja Žnidar pa pravi, da se s tem delo spletnih in časopisnih novinarjev ne bi podvajalo.

Moderno novinarstvo ne sme biti omejeno zgolj na en medij, kar je temeljno delovanje konvergirane uredništva. Tako lahko novinarji uporabljajo prednosti posameznega medija, da kar najbolje predstavijo zgodbo in z različnimi mediji dosežejo večje število občinstva. (Quinn 2005). S tem se strinjam, vendar novinarji zato ne smejo biti preobremenjeni. Preobremenjen novinar nima časa za preverjanje informacij, iskanje drugih virov, iskanje

ozadja nekega dogodka in podobno, kar pripelje do kakovostnega poglobljenega novinarskega prispevka. Prav tako, če novinar nima ustreznega znanja in opreme, bodo novinarski izdelki nekakovostni in bodo, kot ponazarja Katarina Fidermuc, pri bralcih spodbujali nervozo. Zato je potrebno sodelovanje med časopisnimi in spletnimi novinarji ter drugim podpornim osebjem, a ne na račun kakovosti. Ta bo večja, če bo vsak opravljal svoje delo: novinarji bodo skrbeli za informacije, fotografi za fotografijo, snemalci za video, montažerji za montažo, spletni novinarji pa za učinkovito postavitve multimedijskih elementov na spletni strani in za pripravo videoprispevkov.

11.5 Sooblikovanje integrirane redakcije na kakovost in spremembe v medijih

Novinarji pojem integracija povezujejo z večjim sodelovanjem in komuniciranjem, pa tudi s prostorsko in tehnološko integracijo ter vsebinsko prenovo časopisa. Za vprašane novinarje je integracija pozitiven pojem, le časopisni novinar Aleš Stergar se sprašuje o učinkovitosti integracije oziroma sodelovanja: »Le kako lahko novinar piše prispevek, če teme ne pozna.«

Novinarji pa različno vrednotijo integrirano redakcijo na *Delu* in delo v njej. Novinarji najbolj kritizirajo pomanjkanje zasebnosti in slabe pogoje dela, predvsem hrup. Po drugi strani Lidija Pavlovčič vidi prednosti integriranega uredništva v boljši komunikaciji in sodelovanju, kar postopoma prinaša tudi bolj kakovostne prispevke. Bolj kakovosten portal *Delo.si* pa opažajo tudi spletni novinarji, saj se izboljšuje ažurnost in kakovost prispevkov. Tudi druge raziskave (Forte Duhe in drugi 2004; Huang in drugi 2006; Meier 2007; Vobič 2009) kažejo, da novinarji večinoma v integraciji opažajo bolj kakovostne prispevke. Prav večja kakovost pa je namen integracije in sprememb v uredništvu. A kakovost portala in časopisa bi lahko bila precej večja, če bi k integraciji aktivneje pristopila večina novinarjev.

Rezultati, ki sem jih ugotovil na primeru integrirane redakcije v medijski hiši *Delo*, kažejo, da zgolj prostorska integracija ne prinese sprememb v novinarskem delu. Vodstva medijskih hiš morajo spremeniti mišljenje novinarjev in jih spodbuditi k večjemu sodelovanju z drugimi redakcijami in tradicionalno ločenimi mediji. Sicer novinarji ne bodo pripravljeni za spremembe. Če vodilni v medijskih hišah, ki izdajajo resne dnevne časopise, tega izziva ne bodo sprejeli ali pa jim to ne bo uspelo, njihovim edicijam dolgoročno grozi propad.

V nalogi sem predstavil, da slovenskim in tujim časopisom pada branost, prodanih je vse manj izvodov, mlajši informacije iščejo na spletu, medijska konkurenca pa je še vedno vse hujša. Vendar časopisi v prihodnje ne bodo izginili, tako kot niso izginili ob izumu radia, tako

kot radio ni izginil ob izumu televizije in tako kot nobeden izmed teh treh medijev ni izginil ob razširitvi interneta. A le, če se bodo na nove razmere prilagodili.

To morajo storiti na dva načina. Po eni strani se morajo približati bralcem prek novih medijev, kot so internet, dlančnik, telefon ... Tehnološka evolucija bo ponudila še več novih naprav, pri čemer se bodo utrdile tiste, ki bodo najbolj služile potrebam družbe. Prek teh naprav bodo morale biti medijske hiše s svojimi novicami 24 ur na dan pri svojih uporabnikih.

Po drugi strani bodo morali vsebinsko prenoviti dnevne časopise. Dnevniki, ki se ne bodo prilagodili in bodo ohranjali koncept z dnevnimi novicami in poročili, bodo postali odveč. Časopis je namreč najbolj neažuren medij, saj so od njega hitrejši radio, internet in televizija. Zato se bralec lahko upravičeno vpraša: Zakaj bi kupil časopis, če lahko iste novice preberem, poslušam ali gledam, morda celo zastoj, na drugih medijih pred izidom časopisa?

Zato je nujen premik k vsebinski prenovi dnevnih časopisov. Od poročanja o aktualnih dogodkih je nujen premik k ekskluzivnim, preiskovalnim in raziskovalnim zgodbam, nujno je treba povečati število zahtevnejših žanrov, kot so reportaže, intervjuji, portreti, članki, komentarji, kolumne ... Novinarji bi morali tudi razkrivati ozadja aktualnih dogodkov, jih poglobljeno pojasnjevati in iskati različne vire informacij, ki bi te dogodke osvetlili iz različnih zornih kotov. Novinarsko delo se mora torej vrniti k svojim izhodiščem novinarja preiskovalca in novinarja kritika. Po drugi strani je prostor za dnevne dogodke in aktualna poročila na spletu, ki omogoča ažurne informacije.

V tej smeri bodo morali novinarji spremeniti način dela: prispevke z aktualnimi informacijami bodo morali ustvarjati za splet, poglobljene prispevke pa za časopis. S to obliko dela je integrirana redakcija prava rešitev. Novinarji bi sodelovali pri pisanju poglobljenih in zahtevnejših novinarskih prispevkov za časopis. Po drugi strani bi novinarji tudi pisali aktualne prispevke za splet. Za preostalo multimedijsko gradivo bi poskrbeli snemalci, fotografi, v sodelovanju z novinarjem pa tudi grafiki. A novinarji v takšnem načinu dela ne smejo biti preobremenjeni, za poglobljene prispevke je namreč potreben čas, z levo roko pa ne gre vzeti niti novinarskega prispevka za splet. Videti je, da bi takšna organizacija dela potrebovala široko kadrovsko okrepitev. A le odprava neenakomerne razdelitve dela, kakršna je v marsikateri medijski hiši (tudi na *Delu*) in različna izobraževanja za novinarje (o pisanju za splet, o preiskovalnem novinarstvu, o novinarski zgodbi, o ekonomiji, pravu ...) bi omogočila nov način dela in kakovostnejše novinarske prispevke v različnih medijih za različne bralce. Takšne spremembe namreč zahteva evolucija medijev, v kateri se bodo obdržali le tisti časopisi, ki se bodo prilagodili novim razmeram v družbi, tehnologiji in medijih.

12 Sklep

Medijska hiša *Delo* je v začetku leta 2010 delo preselila v novo integrirano redakcijo. S tem je stopila po poti številnih svetovnih medijskih hiš, ki so se v zadnjih letih odločile za strukturne in organizacijske spremembe v uredništvu.

V integrirani redakciji poteka proces novinarske konvergence v smislu sodelovanja med člani različnih področnih uredništev in tradicionalno ločenih medijev pri njihovem vsakdanjem novinarskem delu. Tako se v integriranem uredništvu spajajo ljudje, tehnologija in prostori. Cilj integracije je spodbuditi več komunikacije in sodelovanja ter tako izboljšati kakovost novinarskih prispevkov in se s tem približati bralcem, ki se od časopisa selijo na internet.

Vendar se postavlja vprašanje, kakšne spremembe produkcijske prakse so mogoče, glede na to, da je novinarsko delo standardizirano. Zato sem z analizo produkcijske prakse v integriranem uredništvu medijske hiše *Delo* želel ugotoviti, kako se je zaradi uvedbe novega uredništva spremenil način novinarskega dela.

Postavil sem si dve raziskovalni vprašanji, in sicer, kakšne spremembe produkcijske prakse novinarjev časopisne in spletne izdaje *Dela* je povzročila uvedba integrirane redakcije na *Delu* ter kako novinarji opredeljujejo spremembe novinarske prakse.

Iz poglobljenih intervjujev in z opazovanjem z udeležbo sem ugotovil, da se je po uvedbi integrirane redakcije povečalo sodelovanje med časopisnimi novinarji ter med časopisnimi in spletnimi novinarji. A spremembe produkcijske prakse občutijo zgolj nekateri novinarji. Nekateri so z drugimi redakcijami in spletom sodelovali tudi pred prostorsko integracijo ali pa z njimi sploh ne sodelujejo.

Oblike sodelovanja so različne. Časopisni novinarji, iz iste ali različnih redakcij, sodelujejo pri pisanju prispevkov, si svetujejo, izmenjujejo ideje in kontakte virov informacij in tako dalje. Sodelujejo tudi spletni in časopisni novinarji: časopisni novinarji za spletno stran napišejo prispevek, zelo pomembne informacije po telefonu in sporočilu SMS sporočijo s terena ali kolegom s spleta dajo namig, kje bi se lahko skrivala potencialna zgodba za splet oziroma iz česa bi lahko naredili prispevek. Kakršno koli obliko sodelovanja sem uvrstil v integrirano novinarsko prakso oziroma v eno od treh podvrst te prakse, in sicer sodelovanje med novinarji iz iste področne redakcije, sodelovanje med novinarji iz različnih področnih redakcij in večveščinsko ali multimedijško novinarsko prakso.

Vendar na *Delu* še vedno prevladuje neintegrirana praksa pisanja novinarskega prispevka, čeprav se povečuje število prispevkov, ki so napisani na podlagi integrirane prakse. Nekateri

novinarji so namreč bolj, drugi pa manj dovzetni za integracijo. Nekoliko bolj so za integracijo pripravljeni mlajši novinarji, a s spletom in drugimi redakcijami sodelujejo tudi nekateri starejši novinarji, nekateri mlajši pa ne. Starost tako ni pravilo, kot tudi ne spol in redakcija, iz katere novinar prihaja. Bolj je odvisno od novinarjeve samoiniciativnosti, navodil urednika in volje, da spletnim novinarjem usliši prošnjo po pisanju prispevka za splet. Integracijo je po eni strani povečala nova prostorska razporeditev, nova organizacija spletnega uredništva in prejšnji odgovorni urednik Darijan Košir, ki je časopisne novinarje spodbujal k sodelovanju s spletnimi. Po drugi strani je več razlogov, zakaj integracija ni večja oziroma zakaj se nekateri novinarji niso integrirali: slabo delovanje sedanjega in prejšnjega vodstva, odpor novinarjev do integrirane redakcije, neobveznost sodelovanja, nemotiviranost in preobremenjenost novinarjev, ti so navajeni na star način dela, slaba komunikacija med spletnimi in časopisnimi novinarji, podcenjenost spletnih novinarjev, težave spletne redakcije ter napačna vsebinska zasnova časopisa. Integracije torej ne omogoči zgolj prostorska spojitve, temveč so zanjo potrebni ljudje. Zato so se na *Delu* do zdaj spojili zgolj prostori in le v manjšem deležu tudi osebje in tehnologije. Novo uredništvo *Dela* zato ni integrirano, temveč centralizirano uredništvo.

Novinarji pa se med seboj razlikujejo pri oceni sprememb novinarske prakse. Spletni novinarji priznavajo, da je sodelovanje po integraciji boljše, a nekateri opažajo mnogo boljše sodelovanje, drugi pa menijo, da se je sodelovanje le nekoliko povečalo. Vsi se strinjajo, da večje sodelovanje poveča kakovost spletnega portala *Delo.si* in v integrirani redakciji vidijo pravo pot.

Bolj so do integracije skeptični časopisni novinarji, ki v integrirani redakciji vidijo predvsem negativne spremembe, in sicer slabše delovne pogoje. Kot opažajo, se njihovo delo po integraciji ni skoraj nič spremenilo, prav tako ne opažajo bolj kakovostnega časopisa. Za razliko od novinarjev le urednica gospodarske redakcije opaža, da se je sodelovanje med časopisnimi redakcijami nekoliko povečalo, kar postopoma prinaša bolj kakovosten časopis.

13 Literatura

- Aviles, Jose Alberto Garcia in Miguel Carvajal. 2008. *Integrated* and Cross-Media Newsroom Convergence: Two Models of Multimedia News Production - The Cases of Novotecnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (2), 221–239.
- Bagdikian, Ben H. 2004. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon.
- Baskin, Otis W. in Craig F. Aronoff. 1998. *Public relations: the profession and the practice*. Dubuque: WmC. Brown.
- Bašić Hrvatin, Sandra. 2000. Korak naprej, dva koraka nazaj. V *Vregov zbornik*, ur. Slavko Splichal, 57–64. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.
- Bašić Hrvatin, Sandra. 2009. Mediji, ponižani v obrt. *Medijska preža*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/kriza/#2> (15. avgust 2010).
- Belmas, Genelle in Bastian Vanacker. 2009. Trust and the Economics of News. *Journal of Mass Media Ethics* 24; 110–126.
- Belovič, Mario in Nejc Gole. 2010. »Odkar smo se po koncu stavke vrnili v Kočevje, se ni spremenilo nič«. *Sobotna priloga* (3. april).
- Belsery, Andrew. 2002. Journalism and ethics: Can they co-exist? V *Media ethics*, ur. Matthew Kieran, 1–14. London, New York: Routledge.
- Benett, Lance W. 1996. *News: The Politics of Illusion*. White Plains: Longman.
- Borko, Manca. 2008. S stapljanjem uredništev v novo dobo novinarstva? *Medijska preža*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/33/splet/#2> (23. december 2009).
- Brautović, Mato. 2009. Usage of Newsroom Computer Systems as Indicator of Media Organization and Production Trends: Speed, Control and Centralization. *Medijska istraživanja*, 15 (1), 27–42.
- Burke, John. ur. 2009. *Trends in newsroom 2009*. Dostopno prek: <http://www.trends-in-newsrooms.org/articles.php?id=46> (23. december 2009).
- Chainon, Jean Yves. 2008. *Newsroom Barometer 2008*. Dostopno prek: http://www.editorsweblog.org/analysis/2008/05/1_newsroom_barometer_2008_main_results_t.php (1. marec 2010).
- Chandler, Daniel. 1995. *Technological or Media Determinism*. Dostopno prek: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html> (25. julij 2010).

Cohen, D. Elliot in Deni Elliott. 1997. *Journalism Ethics: A Reference Handbook*. Santa Barbara, Denver, Oxford: ABC-CLIO.

Cvetek, Olga in Nejc Gole. 2008. Komunikacija kabineta predsednika vlade z SCT? *Delo* (21. november).

Čibej, Boris. 2009. Združene države Amerike: Kako so propadli časopisi. *Medijska preža*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/kriza/#2> (21. julij 2010).

Dahlgren, Peter. 1996. Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and its Publics. *Javnost/The Public*, 3(3), 59–72.

Dailey, Larry, Lori Demo in Mary Spillman. 2005. The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms. *Atlantic Journal of Communication*, 13 (3), 150–168.

DeFleur, Melvin L. in Everette E. Dennis. 1981. *Understanding Mass Communication*. Boston, London: Houghton Mifflin Company.

DeFleur, Melvin L. in Sandra J. Ball-Rokeach. 1988. *Theoris of Mass Communication*. New York, London: Longman.

Delo, d. d. Dostopno prek: www.dd.delo.si (5. avgust 2010).

Delo, d. d. 2010. *Letno poročilo 2009*.

Deuze, Mark. 2004. What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, 5 (2), 139–152.

Deuze, Mark. 2007. *Media work*. Cambridge: Polity Press.

Đerić, Ljiljana. 2010. Državna jamstva za kredite državljanom. *Delo* (8. oktober).

Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Esser, Frank. 1998. Editorial Structures and Work Principles in British and German Newsrooms. *European Journal of Communication*, 13 (3), 375–405.

Forte Duhe, Sonya, Melissa Marie Mortimer in San San Chow. 2004. Convergence in North American TV Newsroom. A Nationwide Look: *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 10 (2), 81–104.

Gans, Herbert J. 2003. *Democracy and the News*. Oxford: Oxford University Press.

Gitlin, Todd. 2009. *A Surfeit of Crises: Circulation, Revenue, Attention, Authority, and Deference – Keynote Speech at the Conference Journalism in Crisis*. London: University of Westminster. Dostopno prek: www.westminsternews.com/wordpress/?p=1951 (29. julij 2010).

- Gole, Nejc in Božena Križnik. 2008. Ohranitev nizkih trošarin blaži pritiske na standard. *Delo* (21. oktober).
- Gole, Nejc. 2010. Je stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito? *Delo* (22. januar).
- Gole, Nejc. 2010a. Tovšakova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved. *Delo.si*. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/119358> (1. oktober 2010).
- Gole, Nejc in Katja Žnidar. 2010. Stavkajoči delavci so dobili sobo. *Delo.si*. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/101029> (1. oktober 2010).
- Gordon, Rich. 2003. The Meanings and Implications of Convergence. V *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, ur. Kevin Kawamoto, 57–74. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Guion, Lisa A. 2006. *Conducting an In-depth Interview*. Gainesville: University of Florida. Dostopno prek: <http://edis.ifas.ufl.edu/pdf/files/FY/FY39300.pdf> (22. marec 2010).
- Haralambos, Michael in Martin Holborn. 2005. *Sociologija: Teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Hardt, Hanno. 1990. Newswriters, Technology and Journalism History. *Critical Studies in Mass Communication*, 7(4), 346–365.
- Hardt, Hanno. 1996. The End of Journalism: Media and Newswork in the United States. *Javnost/The Public*, 3(3), 21–41.
- Herman, Edward S. in Noam Chomsky. 1988. A Propaganda Model. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage, 1–35.
- Huang, Edgar, Karen Davison, Stephanie Shreve, Twila Davis, Elizabeth Bettendorf in Anita Nair. 2006. Facing the Challenges of Convergence: Media Professionals' Concerns of Working Across Media Platforms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12 (1), 83–98.
- Inštitut za raziskovanje trga in medijev, Mediana, d. o. o. 2010. *Redna letna raziskava medijskega pluralizma v Republiki Sloveniji v letu 2009 na področju slovenskih tiskanih, radijskih in televizijskih medijev ter elektronskih publikacij*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/MZK_pluralizem_29042010-POPRAVEK.pdf (19. julij 2010).
- Jackson Taylor, Pamela. 2009. News as a Contested Commodity: A Clash of Capitalist and Journalistic Imperatives. *Journal of Mass Media Ethics*, 24, 124–163.
- Jenko, Miha in Marko Pečauer. 2007. »Ljudje iz biznisa smo kar vsi strankarsko neobčutljivi«. *Sobotno priloga* (2. junij).
- Klinenberg, Eric. 2005. Convergence: News Production in a Digital Age. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597 (1), 48–64.
- Košir, Manca. 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Kolosej. Dostopno prek: http://www.kolosej.si/filmi/film/inspector_gadget/ (18. julij 2010).
- Križnik, Božena. 2010. Stavka škoduje predvsem gospodarstvu. *Delo* (7. oktober).
- Lippmann, Walter. 1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Manning, Paul. 2001. *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: Sage.
- Martin J. Hugh in Lawrence Souder. 2009. Interdependence in Media Economics: Ethical Implications of the Economic Characteristics of News. *Journal of Mass Media Ethics* 24; 127–145.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media. The Extensions of Man*. Routledge: London, New York.
- McManus, John. 1994. *Market-Driven Journalism? Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, New Delhi, London: Sage Publications.
- Meier, Klaus. 2007. Innovations in Central European Newsrooms. *Journalism Practise*, 1 (1), 4–20.
- Meyer, Philip. 2009. *The Vanishing Newspaper*. Columbia in London: University of Missouri Press.
- Milosavljevič, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Milosavljevič, Marko. 2009. The Consequences of the Digital Broadcasting for Content Production. *Medijska istraživanja*, 15 (1), 43–59.
- Pavlik, John V. 1999. New Media and News: Implication for the future of journalism. *New Media and Society*, 1(1), 54–59.
- Pavlik, John. 2000. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*, 1 (2), 229–237.
- Pavlik, John V. 2004. A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 10 (4), 21–29.
- Platt, Jennifer. 2004. Participant Observation. V *The Sage Encyclopedia of Social Science Research*, ur. Alan Bryman, Michael Lewis-Beck, Tim Futing Liao, 797–799. Thousand Oaks, London in New Delhi: Sage.
- Poler Kovačič, Melita. 2002. Vplivi odnosov z mediji na novinarski sporočanje proces, *Teorija in praksa*, 39 (5), 766–785.
- Poler Kovačič, Melita. 2004. *Novinarska (iz)virnost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Poler Kovačič, Melita. 2004a. Podobe slovenskega novinarstva: o krizi novinarske identitete. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 85–112. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Quinn, Stephen. 2005. *Convergent Journalism – The Fundamentals of Multimedia Reporting*. New York: Peter Lang.

Ropret, Matjaž in Borut Tavčar. 2010. So Urošu Rotniku in Alešu Haucu šteti dnevi? *Delo* (8. oktober).

Schudson, Michael. 2003. *The Sociology of News*. New York, London: Norton.

Schudson, Michael. 2005. Four Approaches to the Sociology of News. V *Mass Media and Society*, ur. James Curran in Michael Gurevich, 172–197. London: Hodder Arnold.

Singer, Jane B. 2004. Strange Bedfellows? The diffusion of convergence in four news organisations. *Journalism Studies*, 5 (1), 3–18.

Singer, Jane B. 2006. Partnerships and Public Service: Normative Issues for Journalists in Converged Newsrooms. *Journal of Mass Media Ethics*, 21 (1), 30–53.

Splichal, Slavko. 2000. Novinarji in novinarstvo. V *Vregov zbornik*, ur. Slavko Splichal, 47–56. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo ter Fakulteta za družbene vede.

Slovenska oglaševalska zbornica. 2010. *Preglednica revidiranih prodanih naklad*. Dostopno prek:
http://www.soz.si/projekti_soz/preglednica_revidiranih_prodanih_naklad/?dtype%5B%5D=1&houses%5B%5D=0&magazine%5B%5D=27&magazine%5B%5D=13&magazine%5B%5D=20&time%5B%5D=2004-07-012004-09-30&time%5B%5D=2005-07-012005-09-30&time%5B%5D=2006-07-012006-09-30&time%5B%5D=2007-07-012007-09-30&time%5B%5D=2008-07-012008-09-30&time%5B%5D=2009-07-012009-09-30&rpn_type%5B%5D=4&submitType=Prika%BEi+podatke+po+filtrih#result (7. oktober 2010).

Tekavec, Vanja. 2010. Čeh čaka soglasje ministrstva za kulturo. *Delo*, 10. julij. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/112991> (19. julij 2010).

Tekavec, Vanja. 2010a. Pivovarna Laško išče kupca za časnik Delo. *Delo*, (7. julij).

The State of the News Media 2008. 2008. Dostopno prek:
<http://www.journalism.org/node/11961> (23. december 2009).

The State of the News Media 2010. 2010. Dostopno prek:
http://www.stateofthedia.org/2010/newspapers_economics.php#Advertising (21. julij 2010).

Thurlow, Crispin, Laura Lengel in Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Tuchman, Gaye. 1978. *Making news: A Study in the Social Construction of Reality*. New York: Free Press.

Urad za varstvo konkurence. 2009. Dostopno prek:
http://www.uvk.gov.si/si/arhiv_sklepov/sklep34/ (19. julij 2010).

Vobič, Igor. 2009. Konvergenca v novinarstvu: integracija uredništev v časopisnih hišah Delo in Žurnal. *Medijska preža*.
Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/splet/#1> (23. december 2009).

White, David M. 1950. The »Gatekeeper«: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 1950 (27), 383–390.

Zakon o medijih, uradno prečiščeno besedilo (ZMed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2006110&stevilka=4666> (19. julij 2010).

Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence, (ZPOmK-1). Ur. l. RS 36/2008. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200836&stevilka=1459> (19. julij 2010).

Zdešar, Polona. 2010. *Svetovni dan telekomunikacij 2010*. Statistični urad Republike Slovenije. Dostopno prek: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=3129 (18. julij 2010).

14 Priloge

Priloga A: Državna jamstva za kredite državljanom

Državna jamstva za kredite državljanom

LJUBLJANA – Peta in šesta avkcija za pridobitev jamstvene kvote Republike Slovenije v okviru jamstvene sheme za fizične osebe sta se uspešno končali, jamstveno kvoto pa je pridobilo šest bank. Pri peti avkciji je razpisana kvota znašala 20 milijonov evrov in je namenjena za obveznosti iz kreditov fizičnih oseb, stopnja tveganja, ki ga za to avkcijo prevzema država, pa je 50 odstotkov. Finančno ministrstvo je sporočilo, da se je na povabilo SID banke k sodelovanju pri peti avkciji odzvalo pet bank v skupnem znesku 10,3 milijona evrov. Uspešnih je bilo vseh pet bank in ponujena skupna efektivna obrestna mera, po kateri so pripravljene odobriti kreditne pogodbe, je največ sedemodstotna. Gre za Abanko Vipo, BKS Bank AG, Delavsko hranilnico, Novo Kreditno banko Maribor in Novo Ljubljansko banko. Za šesto avkcijo je razpisana kvota znašala pet milijonov evrov in je bila prav tako namenjena za obveznosti iz kreditov fizičnih oseb, le da tveganje v celoti prevzema država. Povabilu SID banke za sodelovanje v tej avkciji so se odzvale štiri banke (Abanka Vipa, Delavska hranilnica, NLB in Raiffeisen banka), gre za skupen znesek 2,3 milijona evrov, skupna efektivna obrestna mera, po kateri so pripravljene odobriti kreditne pogodbe, pa je največ pet odstotkov. Posamezen kreditojemalec lahko najame kredit z jamstvom samo pri eni banki. **L. Đ.**

Priloga B: Stavka škoduje predvsem gospodarstvu

Gospodarska zbornica Slovenije o Sloveniji dveh svetov

Stavka škoduje predvsem gospodarstvu

V GZS so si oddahnili, ker je stavka zamrznjena, a opozarjajo, da težav še ni konec in škoda še ni sanirana
Podjetja v svojih napovedih, zbornica pa v ocenah makroekonomskih gibanj manj optimistični kot vlada

LJUBLJANA – Vodstvo Gospodarske zbornice Slovenije je včeraj predstavilo svoja stališča do stavke v javnem sektorju, do proračuna in nekaterih zakonodajnih sprememb. V gospodarstvu so si oddahnili, ker je stavka vsaj za teden dni zamrznjena, vendar, opozarja predsednik GZS Stojan Binder, s tem težav še ni konec. Obe pogajalski strani poziva, naj najdeti takšno rešitev, da posledic ne bodo nosila podjetja.

»Stavka ne škoduje vladi, proti kateri je naravnana, ampak predvsem gospodarstvu, ki vsak mesec mukoma napraska denar za plačilo delavcev ter davkov in prispevkov, iz katerih so plačani tisti, ki v teh dneh stavkajo.« **Stojan Binder** je Slovenijo primerjal z nekoliko večjim podjetjem, v katerem ne more biti različnih pravil za eno in drugo strukturo zaposlenih. Zato zbornica vztraja, naj vlada s svojimi potezami dodatno ne obremenjuje proračunskih odhodkov in naj poskuša čim bolj stabilizirati javne finance. V jesenskem času je prevladala iluzija, opaža generalni direktor GZS

Samo Hribar Milič, da v Sloveniji ustvarimo dovolj, vendar ustvarjeno ni pravično porazdeljeno. In še, da si želimo lahko priborimo s stavkami in drugimi oblikami pritiska.

Hribar Milič je zavrnil očitke o prevelikih razlikah med plačami. Te razlike, pravi, so med najmanjšimi v EU. Leta 2008 je bilo v Sloveniji 2000 posameznikov, ki so prijavili po več kot 100.000 evrov letnega prihodka. Če bi vsem vzeli ves zaslužek in ga razdelili med preostale zaposlene, bi se plače povečale le za tri odstotke.

Problem Slovenije je drugje, meni Hribar Milič: ustvari premalo

dodane vrednosti, njena konkurenčnost pa celo nazaduje. GZS je zaskrbljena zaradi šibkega domačega povpraševanja, ki precej zmanjšuje investicije, zaradi oteženega dostopa do čedalje dražjega kapitala, zaradi poglobljanja problema likvidnosti, zaradi razmer v javnem sektorju in vztrajanja pri nekaterih zakonskih pravicah, zaradi nedelovanja pravne države, stigmatizacije

in kriminalizacije menedžerske srenje in zaradi nepovezanosti razvojnih politik.

O ocenah škode zaradi stavke javnega sektorja na zbornici nočejo špekulirati. Iz ankete med podjetji ugotavljajo, da so bili tisti, ki so poslali odgovore, skupaj ob približno dva milijona evrov. Poleg tega je veliko škode »nepopisane«, še več pa posredne. **BOŽENA KRIŽNIK**



DVA SVETOVA – To, kar se dogaja v Sloveniji, je nepojmljivo. Kot da živimo v dveh svetovih; eno je realni sektor, ki je izpostavljen trgu, tudi mednarodnemu, z vsemi težavami vred, na drugi strani pa je javni sektor, ki živi, kakor da ga te težave ne zadevajo, opozarja predsednik GZS Stojan Binder (drugi z desne). FOTO MATEJ DRUŽNIK

Ena največjih nesreč v gospodarstvu

Oba vodilna moža GZS sta omenila problem kranjskega Merkurja, ki da je ena največjih nesreč v gospodarstvu. Merkur je namreč za veliko slovenskih podjetij edino okno na slovenski in nekdanji jugoslovanski trg. Zdaj so tokovi prekinjeni, več sto podjetij je ostalo brez prodajnih polic. Merkur je vsaj tako resna zgodba kot gospodarske težave gradbeništva. Zato GZS poziva vse odgovorne – mednje šteje predvsem banke –, da omogočijo nadaljnje poslovanje tega trgovskega podjetja.

Priloga C: Je stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito?

Subvencije mladim družinam

Je stanovanjski sklad pri pozivu ravnal nezakonito?

*Javni poziv stanovanjskega sklada zaostрил pogoje, ki jih je navajal zakon
Obratni proces: državni zbor spremenil zakon in ga tako prilagodil pozivu*

LJUBLJANA – Prvi javni poziv, bil je v letu 2006, za dodelitev subvencij mladim družinam za reševanje stanovanjskega vprašanja, kot kaže, ni bil v skladu z zakonom, Stanovanjski sklad Republike Slovenije pa je ravnal nezakonito. Medtem ko je zakon določal, da je do subvencije upravičena mlada družina, ki ima tak status v času sklenitve prodajne pogodbe ali izdaje pravnomočnega gradbenega dovoljenja, je sklad pogoje v javnem pozivu zaostрил. Zahtevali so namreč gradbeno dovoljenje, pravnomočno izdano po 1. marcu 2006, oziroma prodajno pogodbo, sklenjeno po tem datumu. Tako je mlada družina, ki je gradbeno dovoljenje dobila, denimo, februarja, ostala brez subvencije. Čeprav je po zakonu bila do nje upravičena.

Državni zbor je februarja 2006 sprejel spremembe Zakona o nacionalni stanovanjski varčevalni shemi in ga spremenil v Zakon o nacionalni stanovanjski varčevalni shemi in subvencijah mladim družinam za prvo reševanje stanovanjskega vprašanja (ZNSVS). Zakon je določal, da je do subvencije med drugim upravičena tista mlada družina, ki ima na dan sklenitve prodajne pogodbe ali izdaje pravnomočnega gradbenega dovoljenja status mlade družine. Zakon je začel veljati 1. marca 2006.

Državni stanovanjski sklad pod vodstvom Primoža Pirca je nato oktobra objavil javni poziv za dodelitev subvencij, ki je zaostрил pogoje pridobitve subvencije. V njem je bilo namreč zapisano, da lahko za dodelitev subvencije zaprosijo mlade družine, ki imajo 1. marca ali kasneje sklenjeno prodajno pogodbo za nakup stanovanja ali izdano pravnomočno gradbeno dovoljenje. Sklad je tako zahteval ali gradbeno dovoljenje, ki je moralo biti izdano in pravnomočno po uveljavitvi ZNSVS, torej po 1. marcu 2006, ali pa kupoprodajno pogodbo za stanovanje, ki je bila prav tako sklenjena po 1. marcu 2006.

Pravniki so nedvoumni: Sklad je kriv

Za mnenje smo povprašali tudi tri pravnike. Ti so se strinjali, da poziv ne sme spreminjati pogojev, ki jih določa zakon. **Borut Bratina** z

ekonomsko-poslovne fakultete v Mariboru je dejal, da mora imeti sklad za svoja dejanja pooblastila v zakonu: »Če v zakonu ni pooblastila, da lahko dajo v pozivu strožje pogoje, potem morajo dati enake pogoje kot zakon.« Tako meni tudi predsednik računskega sodišča **Igor Šoltes**. Tudi ta je pojasnil, da poziv ne sme spreminjati pogojev, kakršni so zapisani v zakonu. Enako razlago je podal dekan ljubljans-

Možnost odškodninskega zahtevka

Če je bil javni poziv izveden nezakonito, je sklad lahko odškodninsko odgovoren. **Rajko Pirnat** je namreč dejal, da posameznik lahko zahteva odškodnino, če mu uspe dokazati, da bi po javnem pozivu dobil subvencijo. A to je zelo težko dokazati, je dodal. Odškodninski zahtevek sicer zastara v treh letih, pod nekaterimi pogoji, zaradi objektivnih dejavnikov, pa v petih. Ta rok pa še ni potekel.

ske pravne fakultete **Rajko Pirnat**.

Nad delovanjem sklada bedi ministrstvo za okolje in prostor, sporni poziv pa je bil objavljen v času ministirovanja Janeza Podobnika. Državni zbor je dobrega pol leta po izvedenem pozivu sprejel novelo zakona in torej zakon prilagodil zahtevam – poziva. Od julija 2007 tako tudi v zakonodaji velja, da

subvencija pripada tisti mladi družini, ki ima sklenjeno prodajno pogodbo ali pridobljeno pravnomočno gradbeno dovoljenje po 1. marcu 2006. V spremenjenem zakonu je tudi člen, da se v javnem pozivu določijo natančnejši pogoji in postopek za pridobitev subvencij ter njihova višina. Takšnega člena, ki bi skladu dajal večja pooblastila pri oblikovanju pogojev, v zakonu iz leta 2006 ni.

Bistveno manj dodeljenega denarja

Za subvencije je bilo leta 2006 rezerviranih 181,7 milijona slovenskih tolarjev, kar je okoli 758.275 evrov. Skupaj je bilo upravičencem razdeljenih le 106.720 evrov subvencij. Na prvi javni poziv je prispele 321 vlog. Od tega je sklad odobril subvencijo 176 mladim družinam, kar 143 vlog pa je zavrnil. Zanesljivo bi bilo več prošenj rešenih pozitivno, če bi skladov poziv sledil črki zakona.

Za primerjavo: leta 2007 je bilo do subvencije upravičenih 980 mladih družin, predlani 1900, lani pa 3499. Takšno povečanje števila upravičencev je sicer predvsem posledica spremembe zakona v letu 2007. Ta je ublažil vstopni cenzus, vključene so bile enostarševske družine, omogočena pa je bila pridobitev subvencij tudi za rekonstrukcije stanovanj in spremembo namembnosti.

NEJC GOLE

Priloga Č: Ohranitev nizkih trošarin blaži pritiske na standard

Cene goriva krepko upadle

Delo, 21. 10. 2008

Ohranitev nizkih trošarin blaži pritiske na standard

Po naših izračunih se je 95-oktanski bencin pocenil za 9,4 odstotka, 98-oktanski za 9,2 odstotka, dizel za 8,8 odstotka, kurilno olje pa celo za 12,56 odstotka

LJUBLJANA – Znižanje cen nafte na svetovnih trgih se je znova, vendar tokrat precej močneje, odrazilo tudi na pocenitvi tekočih goriv na slovenskem trgu. Danes je namreč tisti torek, ko naftne družbe izračunavajo nove cene goriv na podlagi vladnega modela za izračun cen naftnih derivatov. Tako se je 95-oktanski motorni bencin pocenil za 0,102 evra na 0,984 evra za liter, 98-oktanski bencin je cenejši za 0,101 evra in stane 0,998 evra za liter, dizelsko gorivo se je pocenilo za 0,101 evra na 1,044 evra za liter in kurilno olje za 0,102 evra na 0,710 evra za liter.

Sedanja cena 95-oktanskega bencina je najnižja po 12. marcu lani, ko je liter tega bencina stal 0,967 evra, podobno kot v začetku leta 2002. Na več kot evro se je cena 95-oktanskega bencina prvič povzpela septembra 2005. Takrat smo za liter odšteli 254 tolarjev, kar je približno 1,06 evra. Podatki od leta 2006 naprej kažejo, da sta tako 95- kot 98-oktanski bencin najvišjo ceno dosegala poleti. Jeseni je cena močno padla, pred novim letom je nato nekoliko zrasla, januarja je sledil padec in od februarja naprej ponovna rast vse do poletja. Najdražji bencin smo tako kupovali v prvi polovici letošnjega julija; za liter 95-oktanskega je bilo tako treba odšteti 1,217

sod. Dvig cene analitiki pripisujejo pričakovanju, da bo Organizacija držav izvoznic nafte (Opec) na izrednem srečanju v petek objavila zmanjšanje črpanja. V Opecu so namreč prepričani, da na trg dnevnice prispe približno dva milijona sodov nafte preveč.

Po besedah Boštjana Vasleta, direktorja vladnega Umarja, imajo proizvajalke nafte s svojo ponujeno količino nafte odločilen vpliv na ceno, vendar je ta odvisna tudi od povpraševanja. Ko se gospodarska rast umirja (takšne so napovedi za bližnjo prihodnost), se zmanjšuje tudi povpraševanje po nafti, kar lahko nevtralizira zmanjšano ponudbo. Zato dogovor izvoznic nafte

padale, pa je trošarine dvigovala. S tem je dosegla stabilnost cen, kar je bilo zlasti pomembno pred vstopom v območje evra.

Boštjan Vasle: »Zniževanje trošarin pa je že pred meseci doseglo najnižjo točko, pod katero kljub visoki rasti cen nafte, nismo mogli. Tako ostajajo že več mesecev na isti ravni.« Kakšna bo trošarinska politika v prihodnje, bo odvisno od novega finančnega ministra; od odločitve, ali bo vlada dajala prednost stabilnosti javnofinančnih prihodkov ali stabilnosti cen. Umar se dolgoročno nagiba k čim bolj stabilnim javnofinančnim prihodkom, saj je Slovenija že v območju evra, inflacija pa se bo po napovedih umirila.



BOŠTJAN VASLE

Še nazornejši kot znižanje cen v centih so pocenitve, merjene v odstotkih: 95-oktanski motorni bencin se je pocenil za 9,4 odstotka, 98-oktanski za 9,2 odstotka, dizelsko gorivo za 8,8 odstotka, kurilno olje pa celo za 12,56 odstotka.

evra, za liter 98-oktanskega pa 1,252 evra za liter.

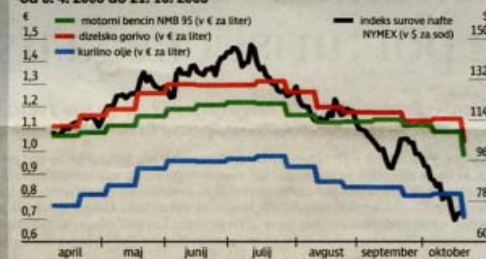
Drugeče kot pri obeh bencinih cena dizelskega goriva od novembra lani še vedno ostaja višja od enega evra. Rekordna cena letos poleti je znašala 1,311 evra za liter. To je dvakrat več kot na začetku leta 2002, ko je bilo treba za liter dizla odšteti 146,3 tolarja (0,61 evra). Kurilno olje je v tistem času stalo 78,5 tolarja za liter (0,33 evra). Od takrat je cena rasla brez velikih padcev in je dosegla vrh letos julija, ko je zrasla na 0,978 evra za liter.

V treh mesecih na pol

V zadnjih dveh ali treh mesecih je cena nafte na svetovnih trgih upadla na približno polovico. Večina analitikov meni, da je to predvsem posledica poslabšanja finančnih razmer v svetu in slabih napovedi za gospodarsko rast v prihodnosti. Cena Opecove nafte je bila prejšnji četrtek 63,34 dolarja za sod, kar je najnižje po lanskem maju, ko je stal 63,15 dolarja. Rekord je cena nafte dosegla poleti – z več kot 140 dolarji za sod. Cena surove nafte se je večraj zvišala na 73 dolarjev za

Surova nafta in derivati

od 8. 4. 2008 do 21. 10. 2008



DELLO Vir: Ministrstvo za gospodarstvo, Bloomberg

Pri nas po modelu

V Sloveniji so cene goriv nekako regulirane, vendar ne v klasičnem smislu, je pojasnil Vasle, saj država na konkretno maloprodajno ceno nima neposrednega vpliva, ampak zgolj določa model, po katerem se cene spreminjajo vsakih 14 dni. Ceno pravzaprav določata gibanje cen posameznih naftnih derivatov na bližnjih sredozemskih borzah in tečaj dolarja. Prištejejo jim dodatke na obvezne rezerve in maržo prodajalca (oba dodatka sta praktično neznatna), dobljeno ceno pa še obdavčijo s trošarinami in z davkom na dodano vrednost. EU predpisuje minimalno višino trošarin, da ne bi prihajalo do nelegalne konkurence, navzgor pa niso omejene. Slovenska vlada se je odločila uporabiti trošarine ne le kot davčni vir, ampak tudi za blaženje cenovnih nihanj na trgu. Ko so cene naftnih derivatov na svetovnih trgih rasle, je vlada spuščala trošarine proti minimalni vrednosti, ko so cene nafte

Trošarine še naprej na minimumu

O tem smo vprašali kandidata za novega finančnega ministra Franceta Križaniča, direktorja EIPF. Kljub nekaterim pričakovanjem, da bi vlada ob pocenitvah nafte lahko povečala trošarine in si naredila nekaj maneverskega prostora za proticiklično politiko, se sogovorniku zdi ohranitev te davščine na minimumu v sedanjih okoliščinah razumljiva: zaradi pritiskov na standard ljudi, podražitev hrane, zdaj pa še komunalnih storitev. Tudi izbira med stabilnejšimi javnofinančnimi prihodki in stabilnostjo cen se Križaniču ne zdi tako preprosta. Zakaj? »Če dvigneš davek, pritiskaš na rast cen, dokler ne povzročiš take recesije, da cene padajo, kar ni perspektivno. Na začetku se res pobere nekaj več davka, a se obseg z upadanjem dohodka zmanjšuje,« je pojasnil Križanič in dodal, da mora biti vsaka taka odločitev zelo skrbno premišljena.

Na gibanje cene nafte v svetu po Križaniču po eni strani vplivajo pričakovanja, da bodo cene še naprej upadale, po drugi strani pa povpraševanje na Kitajskem in v Indiji še naprej raste. In če bodo finančne injekcije v razvitih državah oživille gospodarsko rast, izvoznice pa zmanjšale črpanje, se utegnejo cenovni trendi obrniti, »tako da cena prav daleč verjetno ne more več pasti«.

NEJC GOLE
BOŽENA KRIŽNIK

Priloga D: So Urošu Rotniku in Alešu Haucu šteti dnevi?

Vlada pometla z nadzorniki HSE in Pošte Slovenije

So Urošu Rotniku in Alešu Haucu šteti dnevi?

Radič: Za uspešno izvedbo TEŠ6 je zaupanje med vodstvom HSE in TEŠ ter vlado nujno – Pahor zavrnil očitke, da zaradi volitev ne bi zamenjal nadzornikov HSE

LJUBLJANA – Ministrica za gospodarstvo Darja Radič je včeraj pometla s kar dvema nadzornima svetoma: HSE in Pošte Slovenije. Na vladi ji je uspelo s predlogom za razrešitev nadzornikov Holdinga Slovenske elektrarne, ki so jo pred dnevi prehiteli z razrešitvijo generalnega direktorja HSE Boruta Meha. Vlada je kot skupščina HSE razrešila Franca Žerdina, Franca Žlahtiča, Mojco Kert Kos in Igorja Tičarja. Zaradi kršitev zakona o določitvi plače poslovodnih oseb pri družbah v večinski državni lasti je vlada včeraj razrešila tudi štiri od šestih članov nadzornega sveta Pošte Slovenije (PS). Preostala dva člana namreč imenujejo zaposleni. Dosedanje nadzornike Draga Bahuna (predsednik), Vojka Čoka, Darinko Virant in Petra Kukovico bodo zamenjali Barbara Gorjup, Mojca Golc, Klemen Grošelj in Miloš Senčur.

Darja Radič je pojasnila, da je sklep o nadzornikih HSE predlagala vladi že prejšnji teden, vmesni čas pa porabila za podrobno predstavitev predloga drugim ministrom. Potrdili so ga tudi vsi pristojni odbori vlade. V sredo zvečer sta se s predsednikom vlade Borutom Pahorjem odločila za uvrstitev predloga na včerajšnjo sejo vlade, ki ga je tudi izglasovala. »Člani nadzornega sveta HSE ne uživajo več zaupanja te vlade,« je dejala Radičeva. Za uspešno izvedbo največjega slovenskega energetskega projekta, gradnjo šestega bloka Termoelektrarne Šoštanj (TEŠ6), je zaupanje med nadzornima svetoma in poslovodstvom HSE in TEŠ ter vlado nujno.

O nezaupanju

Radičeva od novih nadzornikov (Vekoslava Korošca iz GZS, Jadranka Medaka z direktorata za energijo, Draga Dolinarja s Fakultete za elektrotehniko v Mariboru in Marjana Ravnikarja iz Adrie Airways) najprej pričakuje revizijo in oceno stanja projekta TEŠ6. »Kakšne bodo odločitve o vodenju HSE in TEŠ, pa je zdaj prezgodaj govoriti,« je dejala Radičeva. Vlada lahko kot skupščina zamenja le nadzornike, ne tudi poslovodstev družb. »Odločitve bomo prepustili nadzornemu svetu, tudi o tem, ali poslovodstvi HSE in TEŠ ter nadzorni svet TEŠ še uživajo zaupanje,« je povedala Radičeva. Pred tednom je že dejala,

da hoče pri vodenju projekta TEŠ6 imeti ljudi, ki jim zaupa. V sredo pa je na vprašanje, ali zaupa direktorju TEŠ Urošu Rotniku, odgovorila, da o tem še razmišlja.

Zamenjani nadzorniki Radičevi še vedno niso poslali obrazložitve razrešitve Boruta Meha. Ministrica je dejala, da obstaja sum, da je bila razrešitev v nasprotju s statutom HSE, saj ta ne predvideva razrešitve iz nekrivdnih razlogov. Radičeva še čaka naročeno pravno mnenje o tej razrešitvi.

Predsednik vlade Borut Pahor je zavrnil očitke, da bo zaradi političnih razlogov ustavil zamenjavo nadzornikov HSE. »Odločitev o projektu TEŠ6 podpiram, vendar je to investicija, ki je vredna 1,2 milijarde evrov in več. Zato morava biti z ministrico Radičevo absolutno prepričana, da ljudje, ki vodijo projekt, delajo racionalno,« je dejal Pahor. Dodal je, da je od prvega tre-

Delavcem propadlega Vegrada, ki prihajajo iz BiH in bodo morali zaradi stečaja zapustiti Slovenijo, vlada svetuje, naj se prijavijo na zavod za zaposlovanje in na republiški jamstveni sklad. Tam jim bodo pomagali iskati novega delodajalca in izdali odločbo o uveljavljanju pravic iz naslova brezposelnosti, ki bo mirovala do uveljavitve bilateralnega sporazuma z BiH.

nutka verjel, da so vzgibi Radičeve za zamenjavo nadzornikov upravičeni. »Če je ne bi poslušal, bi ravnal negospodarno,« je dodal predsednik vlade.

Priprava na menjavo prvega poštarja?

Vlada je razrešila tudi štiri od šestih članov nadzornega sveta Pošte Slovenije (PS), torej vse, ki jih ima kot lastnica pravico imenovati. Ministrica za gospodarstvo Darja Radič je pojasnila, da se je za zamenjavo odločila zaradi kršitev zakona o določitvi plače poslovodnih oseb pri družbah v večinski državni lasti. »Na podlagi tega se je začel prekrškovni postopek. Zato sem se odločila za zamenjavo nadzornega sveta, ker stari ne uživa več zaupanja lastnikov,« je poudarila ministrica.

Menjava nadzornikov je po nekaterih predvidevanjih zgolj prvi korak do končnega cilja – zamenjav v upravi Pošte Slovenije. Na vprašanje, kaj menjava nadzornikov pomeni za mandat generalnega direktorja Pošte Aleša Hauca, je Radičeva odvrnila, da lastnik – država – lahko imenuje le člane nadzornega sveta. »Kaj bodo naredili nadzorniki, je njihova stvar. Verjetno bodo pregledali poslovanje, se pogovorili s poslovodstvom in sklenili, ali to še uživa njihovo zaupanje,« je še dejal.

**BORUT TAVČAR
MATJAŽ ROPRET**

» 3

Priloga E: »Odkar smo se po koncu stavke vrnili v Kočevje, se ni spremenilo nič«

Delavci brez plač in socialnih prispevkov »Odkar smo se po koncu stavke vrnili v Kočevje, se ni spremenilo nič«

»Perkovič mi dolguje okrog 3000 evrov, saj mi je zadnjo plačo izplačal 18. decembra 2008.« Tako je svojo stisko opisal Mevludin Mostarlič, eden od desetih delavcev kočevskega gradbenega podjetja Prenova, ki so v začetku marca deset dni gladovno stavkali. Delodajalec Zoran Perkovič vsem skupaj po Mostarličevih besedah dolguje med 50 in 60 tisoč evrov. Delavci so stavkali tako v Kočevju kot tudi pred vrati ministrstva za delo v Ljubljani. Stavko so med drugim končali zaradi obljube ministrstva, da jim bodo v mesecu dni poiskali novega delodajalca. Čeprav bo mesec kmalu naokoli, služb ni od nikoder, je dejal Mostarlič in potožil: »Odkar smo se po koncu stavke iz Ljubljane vrnili v Kočevje, se ni spremenilo nič.«

kel globo, zaradi suma krajevanja temeljnih pravic delavcev, poslovne gotovitje in ponarejanja listin pa je zoper njega več kazenskih ovadb podala tudi policija.

Primer kočevske Prenove kaže na sistemski problem. Načena vprašanje učinkovitega nadzora nad delodajalci, delovnih dovoljenj za migrante, lahkonne registracije novih podjetij, ko lahko nekdo, neodvisno od tega, kaj je prej počel ali komu osaml dolžan, prijavi novo podjetje. Povezana problematika so tudi neporavnani socialni prispevki v nekaterih (državnih) podjetjih, ki je posiala vidna pri Steklarski novici. Inšpektorje in drugi nadzorni organi, ki jih imamo, so dostikrat preštekli ugovarja minister za delo Ivan Svedik. »Inšpektorjev je malo za vsa delovišča po Sloveniji, za približno 160.000 poslovnih subjektov. Osemdeset inšpektorjev, kolikor jih ima denimo delo na inšpekcija, ne more nadzirati vseh.« Je Svedik priznal v Sobotni prilogi prejšnji teden. Na mesu je seveda tudi vprašanje, kako zakonodaja določa pristojnost teh inšpektorjev, kakšne insurimene imajo v rokah za nadzor in ukrepanje, pravi minister. Tukaj je precej omejitve, ki jih ministrstvo namerava leos odpraviti z novim zakonom o inšpekciji. Opozoril je tudi na problematično registracijo podjetij. »Primer Prenove je točno tak. Ta podjetnik je že imel podjetje, a ga je moral zapret zaradi izgube. A je vseeno lahko odprl novo podjetje in je spet prišel v »ak položaj«, pravi Svedik.

slovnega registra. Po zakonu o gospodarskih družbah način in postopek prenehanja opravljanja dejavnosti podjetnika predpiše minister, prislojen za gospodarstvo, iger smo, kot rečeno, osali brez odgovorov. Da je takšna praksa sporna, priznavajo tudi na zbornici. Sami sicer podpirajo odpravo administrativnih ovir pri postavljanju pri ussanavljanju novih gospodarskih subjektov pa zbornica trdi, da ni bila nikoli za popolno liberalizacijo. Pri ussanavljanju novih podjetij je zahuevala, naj prislojni preverijo poslovne prosore, saj se pojavlja vse več primerov, ko je na enem naslovu ustanovljenih več deset podjetij, ki jih tam dejansko ni.

Za sežave kočevskih delavcev je kriva tudi sedanja politika delovnih dovoljenj, ki so jo kritiki že označili za sužnjejalniško. Delavec migrant mora namreč dve leti delati pri isem delodajalcu, čeprav mu ta ne plačuje, če želi dobiti osebno dovoljenje za daljši čas, ki delavcu dopušta prosto gibanje med različnimi delodajalci. Minister Svedik meni, da podobno regulirajo priseljevanje tujih delavcev tudi druge države, a je že napovedal, da bo vlada poskusila dopolniti meddržavne sporazume in boljšaščiti delavce migrante. Poleg tega so nam na ministrstvu dejali, da bodo spremenili sporno določbo: pogoj za izdajo osebnega delovnega dovoljenja v veljavnostjo stih let bo še vedno dveletna neprekinjena zaposlitev, vendar ne več pri isem, temveč pri katerem koli delodajalcu.

Ko so delavci Prenove stavkali v dvirnici v Kočevju, na mrazu in snegu, se je znova posavilo vprašanje o bedi bivanjskih razmer delavcev migrantov. Lasnik gradbenega podjetja 80 zaposlenim, ki ni želel biti imenovan, je opozoril, da bi morala država definirati minimalne pogoje za nasitanje delavcev. Podjetja so že pred leti začela zapirati samske domove, saj veliko dela posredujejo podizvajalcem. Poleg tega je v zadnjih letih konjunktura v Sloveniji prihajalo veliko tujih delavcev, posej v samskih domovih pa je zmanjkalo. Tako so nekateri začeli delodajalcem ponujati stanovanja ali hiše, naurpane s posejijami, menda tudi po hodnikih. Te so po vsej Sloveniji delavci pa se selijo glede na to, kje je gradbišče. Naš sogovornik moraza delavca v kakem stanovanju plačati 500 evrov in stroške na mesec. Cena v samskem domu pa se giblje tudi nad 150 evri za delavca.

»Cene bivanja v samskih domovih so izjemno visoke, tudi okrog 150 evrov na mesec, čeprav sia s tem praviloma zagotovljeni le posejje v sobi, ki se jo deli s tremi, štirim ali več osebami, in skupna kopalnica. Tako nasiane absurdna situacija, ko siane mesečni najem 15 kvadratnih metrov velike sobe, v kateri so štiri posejje, 600 evrov.« Je ponazoril sekretar za zaposlovanje, socialna področja in migracije pri Zvezni svobodnih sindikatov Slovenije Goran Lukič.

Naš sogovornik, čigar podjetje deluje v Ljubljani in na Obali, je izpostavil vpraša-

Nejc Gole, Mario Belovič

Kako je mogoče, da Perkovič delavcem ni izplačeval plač menda kar petnajst mesecev, temveč jim je denar dal na roke, inšpektorja pa je to odkritja šele, ko so začeli delavci gladovno stavkati, smo vprašali glavnega inšpektorja za delo Borisa Brezovčarja. Kot nam je odgovoril, se je inšpektoriat odzval takoj, ko je prijel prijavo delavcev, in sicer 1. marca. Torej prav na dan, ko so delavci začeli seradat. V Prenovi so odkrili nepravilnosti pri izplačilu plač in regresa za lani in pri sklepanju dveh pogodb za določen čas. »Ugovinjene so bile tudi nepravilnosti pri odmerit dopusja in z računananjem stroškov pridobitve delovnega dovoljenja in bivalnega vltzuma delavcem. Za ugovinjene nepravilnosti je uveden postopek o prekršku. Postopek torej še poteka.« Je pojasnil Brezovčar. Inšpektor bo Perkoviču zre-

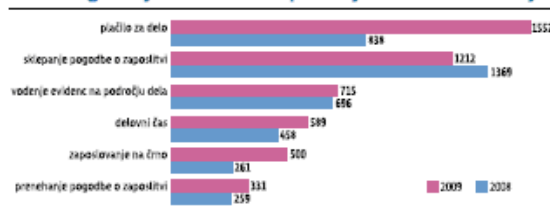
Sužnjejalniška zakonodaja in beda bivanja

Za odgovore, kako je mogoče, da podjetnik z novim podjetjem tako izgira državo in delavce, smo se obrnili na ministrstvo za gospodarstvo, ki je prislojno za to področje; ministrstvo za javno upravo (MJU), ki je pripravilo program odprave administrativnih ovir pri registraciji podjetij, in na obrno-podjetniško zbornico. Z ministrstva za gospodarstvo nam niso odgovorili. Na MJU pa so nas opozorili, da je za registracijo in vpis v poslovni register obvezna izjava, da oseba nima neporavnanih obveznosti na davčni upravi. Če pa poda neresnično izjavo, bi morala agencija za javnopravne evidence in sortive (AJPes) po uradni dolžnosti takšno osebo izbrisati iz po-

Kršitve glede plač so najpogostejše

Inšpektorji za delo so lani na področju delovnih razmerij opravili skupaj 9965 inšpekcijskih pregledov in pri tem ugotovili 6013 kršitev. Največ kršitev so zaznali v gradbeništvu (1471), trgovini (974) in gostinstvu (847), kjer so opravili tudi največ nadzorov. Kot je prikazano na grafu, so inšpektorji lani največ kršitev ugotovili pri plačilu za delo, in sicer 1522, sledijo pa kršitve pri sklepanju pogodb o zaposlitvi in vodenju evidenc. »Nedvomno sta številno in struktura ugotovljenih kršitev kazalec gospodarske krize, saj v primerjavi s preteklim letom opažamo trend povečevanja števila kršitev ravno v segmentih, ki so v zdajšnjih gospodarskih razmerah najbolj izpostavljeni.« Je povedal glavni inšpektor za delo Borut Brezovčar. Inšpektorji so lani ugotovili tudi 340 kršitev na področju zaposlovanja in dela tujcev, kar je 22 kršitev več kot leto pred tem. »Inšpektorji opažajo pogost pojav kršitev, ko tujci opravljajo dela, za katera nimajo izdanih delovnih dovoljenj. Razlog za to je izgibanje ureditvi števila kvot, s katerimi se omejuje število tujcev na trgu dela in za določene skupine zaposlitve.« Je pojasnil Brezovčar.

Število ugotovljenih kršitev na področju delovnih razmerij



DELO in | Inšpektoriat za delo



Foto: Boris Zupnik

nja, kdo naj tujim delavcem priskrbi nastanitve, v kakšnih razmerah stanujejo in kdo jim plača stroške nastanitve. »Težava s stroški nastanitve se poveča, ko delodajalec plače ne izplačuje redno ali ko delavci večji del meseca ne delajo, stroški pa so fiksni. Glede na to, da večina delavcev pozimi zasluži med 500 in 650 evri ali še manj, pri tem pa se jim od tega zneska odšteje še strošek nastanitve, od 150 do 200 evrov, je vprašanje, kaj jim še ostane. To povzroča napetosti in težave,« je pojasnil.

Na ministrstvu za delo smo zato vprašali, kdo sploh je odgovoren za nastanitve delavcev in kdo mora nastanitev plačati. Odgovorili so nam, da v slovenski zakonodaji trenutno ni predpisa, ki bi urejal to področje. Ko so dodali, slovenska ustava določa, da ima vsak pravico za svobodno izbiro nastanitve. A delavci migranti, ki so zaradi

osebnih delovnih dovoljenj vezani na delodajalce, si nastanitve ne morejo izbrati. Prav tako ne razmer, v katerih živijo. Delavci še vedno čakajo na sprejete uredbe o zagotavljanju minimalnih bivalnih in stanovanjskih pogojev za tujce v Sloveniji. Ta je bila pripravljena že lani, a je vladna služba za zakonodajo ugotovila, da ni zakonske podlage za izdajo uredbe. Sedaj so po zagotovilih ministrstva za delo ustrezno pravno podlago pripravili s spremembami zakona o zaposlovanju in delu tujcev, ki naj bi bile sprejete pred poletnimi počitnicami.

Delavci, ki jim prispevki niso bili plačani

Netplačane plače pa niso edina težava, ki je v kriznem letu doletela delavce. Kon-

federacija sindikatov Neodvisnost je zaradi neplačevanja socialnih prispevkov pred mesec na celjsko tožilstvo vložila kazensko ovadbo zoper odgovorne v družbi Steklarska nova, ki je od maja v stečaju. Kot je opozoril predsednik sindikata Drago Lombar, je tožilstvo ugotovilo, da bi protipravne posledice nastale šele, ko bi se posamezen delavec, za katerega delodajalec ni plačal prispevkov, želel upokojiti. Sindikat je za šest delavcev Steklarske nove, ki izpolnjujejo pogoje za upokožitev, pred dnevi že vložil individualne tožbe, za druge pa bo zahteval uslovno presojo takšne pravne interpretacije. »Nelogično je namreč, da nekdo, ki krši zakon, ni takoj odgovoren,« meni Lombar. Po njegovem naj prispevkov ne bi imelo plačanih okrog 150.000 delavcev. »Ničče v tej državi ne zna natančno povedati, kdo prispevkov ni plačeval in koliko

ljudi jih nima plačan. Koga naj bi ti ljudje, ki imajo, recimo, še 15 ali 20 let do upokožitve, po tem času tožili za danes neplačane prispevke?« se sprašuje.

Na davčni upravi, ki je odgovorna za nadzor nad plačili prispevkov, konkretnega primera zaradi davčne tajnosti niso želeli komentirati, prav tako nam niso povedali, koliko (državnih) podjetij delavcem dolguje socialne prispevke. Za odlog plačila, za katerega so davčni urad zaprosili vodilni Steklarske nove (ta je v stečajni postopki države), pa sporočajo, da imajo zakonsko podlago. A to je, kot kaže, mogoče zlahka izigrati. Na to je opozoril tudi minister za delo: »Vzpostavili se je sistem, kjer se država in delodajalec dejansko pogajata za odlog plačila prispevkov na račun zaposlenih. Če odlog plačila vodi v naslednjo fazo, ko gre podjetje v vse večje težave ali stečaj, tega denarja ni mogoče dobiti nazaj, osanejo pa zaposleni, ki jim prispevki niso bili plačani. Tukaj je potrebna temeljita presoja, ali je ta praksa sploh pravno vzdržna. Vendarle gre za individualne pravice, ki ne morejo biti predmet pogajanja brez delavca.« Konec leta je bilo vseh neplačan prispevkov za več kot 174 milijonov evrov. A nekaj se na vladni ravni vendarle premika.

Zaradi neplačevanja prispevkov je ustanovila medresorsko delovno komisijo. Ta je delo zaključila ta teden, svoje ugotovitve pa naj bi predstavili v naslednjem. Komisija je protičevala rešitve, ki se nanašajo na obveščanje zavezancev o plačilu prispevkov za socialno varnost, odloge, obročna plačila in odpise prispevkov ter posledice za zaposlene v primeru neplačila prispevkov. Delo komisije je usmerjala državna sekretarka Helena Kamnar, ki je v pogovoru za Delovo priložo PT izpostavila dve vprašanji. Prvo je, ali odlog in obročna plačila prispevkov dopustit ali ne. »Če posavitimo na tehniko, ali podjetju odobriš odlog plačila prispevka ali pa boš podjetje zapri in s tem zapri tudi delovna mesta, je primerljivi s tem najbrž cena za možnost, da bodo prispevki plačani pozneje, razmeroma nizka. Delavcu, ki mu delodajalec ne plača prispevkov za socialno varnost, niso z ničemer okrnjene pravice iz zdravstvenega zavarovanja. Obdobje, za katero ti prispevki niso plačani šteje v pokojninsko dobo, res pa ne šteje v pokojninsko osnovno. Izgubita zdravstvena in pokojninska blagajna, a ti bos plačilo dobiti pozneje z revaloriziranimi obrestmi. Na drugi strani pa imajo zavarovanci delovno mesto,« je pojasnila Kamnarjeva in zaključila, da zato odlog in obročna plačila nista tako neprimerna ukrepa, da bi ju zlahka odpravili, še posebno ne v sedanjih gospodarskih okoliščinah. Seveda se lahko odločimo tudi drugače, je dodala.

Drugo vprašanje se nanaša na obveščanje zaposlenih, da delodajalec prispevkov zanje ne plačuje. Glede tega je Kamnarjeva omenila tri možnosti: »Prva je, da obvestilo izda delodajalec, tako da bi na plačnem listu tudi izjavil, da so bili prispevki ne le obračunani, ampak tudi plačani ali da bodo zaradi odloga plačani pozneje. To bi bila najbolj preprosta možnost. Druga možnost je, da obveščanje poteka prek davčne uprave, tako da bi imel zavarovavec prek digitalnega poštila in davčne številke dostop do svojih podatkov. Davčna uprava pravi, da je takšno storitev sposobna zagotoviti. Tretja možnost pa je, da za takšno obvestilo poskrbi zavod za pokojninsko in invalidsko zavarovanje.« ■



Foto: Irena Lombar

Priloga F: Komunikacija kabineta predsednika vlade z SCT?

Komunikacija kabineta predsednika vlade z SCT?

Policija preiskuje, ali je papir z glavo kabineta Janeza Janše, ki so ga našli pri Ivanu Zidarju, pristen – Vloga Mladena Severja še ni pojasnjena

Ljubljana – Čista kopata te dni dobiva še eno poglavje v kriminalistični priskavi, ob kateri informacija o sumu poskovanja z navideznimi podjetji, utajni davkov in pranju denarja karzbledejo. Kriminalisti so se s hitrimi priskavami po naših podatkih namreč poskušali dokopati tudi do dokaza, da je med kabineto predsednika vlade Janeza Janše in vrhom SCT posejala komunikacija. V tej zgodbi se je pojavila še ena neznanika, in sicer ima podjetnika Mladena Severja, domnevno posrednika med kabineto in SCT.

Ker policija in odvisno vsebinskih podatkov ne dajejo, gre za povsem neuradno informacijo. Kriminalisti naj bi tako že ob februarjski aretaciji Ivana Zidarja zasegli papir, na katerem je glava kabineta predsednika vlade. V njem naj bi bilo spaj po povsem neuradnih informacijah, navedel pogotj, pod katerimi naj bi bil uspešno opravi pravnih odstopov od pravnega zoper vrh SCT oziroma ga posredni pravniki. Zato so v hitri priskavi, ki so jo opravili pri Zidarjevih deni toki Aleksander Meza in ljubljanski Zapančičevi jam, iskali kakšno koli komunikacijsko sled. Medta so našli list papirja, ki mu ga je predi Janja vrgel v nabirnik pri Mla-

den Sever, pri katerem so prav tako opravili hitno priskavo. Na listu naj bi bil prepis sms-poročila, ki menda prav tako govori o sodelovanju. Kaj natančno, se ne ve. Mladeni priskave – zanimivo je, da so policisti le nekaj dni za tem, ko se je papir našel v Mezevi v nabirniku, v Zapančičevi jami aretirali Ivana Zidarja in njegovega sedanjega pravnega pooblaščenca Božjana Penka, saj se je viličega odličja.

Kdo je Mladen Sever, novo ime v seji zgodbi, nam ni uspelo izvedeti, v se je, da policisti sumajo, da je bil posrednik med nemcem iz kabineta predsednika vlade in podjetjem SCT. Menda gre za podjetnika, ki ima dve podjetji, Reklamni Inžen-

janševa kabineta:

»Manipulacijale

»Kriminalistična priskava, ki poteka, ne moramo komentirati,« so nam na vprašanje, kako odgovarjajo na domnevo o izkranju dopisa iz kabineta predsednika vlade Janeza Janše privodilnih SCT, odgovorili iz Janševga kabineta. In dodajajo: »Če pa tovrstni dopisi in korespondenca, ki naj bi bili prili iz kabineta predsednika vlade, obstajajo, potam gre zanesljivo za ponaredek oziroma manipulacijo. T. S.



ALEKSANDER MEZA IN IVAN ZIDAR

Kriminalisti dobili v »dane naboje

Ko je bila zasajena čista kopata, toraj po februarjskih aretacijah v treh največjih gradbenih podjetjih in zaključeni hitni priskavi v zvezi z gradnjo nadzornega stolpa na Letališču jeteta Pučnika, so nekateri kriminalisti, ki preiskujejo gospodarsko kriminaliteto, in njihovi šefi dobili več kot zgovorno svarilo – nabojev ovojnic, zataknanja v brisalec avtomobila. Vsi so grozljivo, ki naj bi pomenila, da se jim, če bodo še naprej iskali podatke, lahko z godi kaj hudega, vzeli resno in jo prjavi in nadrejenim. Tiskovni predstavnik policija Drago Menargija nam je naše informacije potrdil, in sicer, da je policija obravnavala več groženj kriminalistom in »izvedla več operativno-tehničnih ukrepov za zagotovitev njihove varnosti in odkritja storilcev«. Kot je dodal, policija sistematično rešuje primere ogroženih policistov v skladu s postopki in ukrepi z zaščito ogroženih delavcev. Vsako grozljivo policistom obravnava posebna komisija, ki poleg tega skrbi tudi za nadzor nad izvedenimi ukrepi, praverja stopnjo ogroženosti, odloči, kateri ukrepi bodo izvedeni in nacturjuje z izvedeno zaščitno ukrepe.

ringima sedel na jakovi, poslovno enosa pa na Zelinski cesti v Ljubljani in sicer v isti stavbi, kjer stanoje tudi Aleksander Meza. Podjetje se ukvarja s stesom sledenja in nadzora nad gibanjem vozil, z različno pred knjo. Na istem naslovu je izjavljeno še eno Severjevo podjetje, Alisa Via.

Namensnik predsednika uprave SCT Aleksander Meza, pri katerem so policisti v sredo opravili hitno priskavo, je za Delo pojasnil, da se je priskava pri njem »mnanšala na povsem urejeno zadevo in ni v nikakršni povezavi s priskavami glede poslovnih svezovank. Dejal je, da ga zaradi sledenja policija ne priskuje, zato so navidebne v medijih nerisotne. V hitni priskavi so mu policisti odvzeli mobilni in osebna računalnika njegovih stov, je še dejal Meza. Dodal je, da je bil pri priskavi navzoč tudi njegov odvetnik Miha Kozinc.

Tudi Kozinc je zamikal navedbe časopisov Indriks in Večer, češ da naj bi policija iskala dokaza, da je Meza prek slehvnih podjetij in računov v sruje nakopal osam milijonov evrov. Kozinc je napovedal zahtevno po popravku in oporečilu, drugače na bo menda sledila srbta. Pri tem ritelci povedati zaradi katerih domnevah dejaj je policija opravila hitno priskavo pri Meze.

Po naših neuradnih podatkih hitne priskave pri Mezeu nes raso opravile v zvezi s postovanjem SCT z navideznimi podjetji, ampak v zvezi izkranjem naših komunikacij. Kakšna je pri vsem tem Severjeva vloga, še ni jasno, prav tako policija še vedno praverja, ali je dokument glavo kabineta predsednika vlade pristen, prav tako še ni jasno, ali je Sever deloval na lastno pot. AE je od SCT res zahteval seznanjanje oziroma 1,8 milijona evrov, ko je začelo neuradna informacija, nisno dobili potrditve, prav tako ni znano, kaj naj bi bil Sever pozival v zamano.

Olga Cvrtk
Najc Gole

Matjaž Gantar, direktor KD Group »Ljudje iz biznisa smo kar vsi strankarsko neobčutljivi«

Ko je prejšnji teden liberalna demokracija predstavila svoje kadrovske okrepitve, je vest, da bo Matjaž Gantar prevzel vodenje njenega gospodarskega odbora, skoraj zasenčila nastop kandidatke za novo predsednico stranke Katarine Kresal. Direktor KD Group, ene finančno največjih korporacij v državi – sam se pohvali, da podjetje v državni proračun z davki prispeva cel odstotek –, je doslej veljal za bližnjega sopotnika ljudske stranke, s tem pa tudi vladne koalicije. Ko se je njegovo ime začelo pojavljati v družbi z opozicijsko LDS, so se vklopili mnogi alarmni zvonci. Ali se gospodarstvo odvrta od vladajoče koalicije? Se je zdaj gospodarstvo začelo vmešavati v politiko? Sam pravi, da so takšne teze hecne.

**Miha Jenko
Marko Pečauer
foto Jure Eržen**

» Se največja distinkcija med strankami so – na žalost – vprašanja iz naše polpretekle zgodovine, ne pa vprašanja našega napredka, kam bi želeli iti.

» Verjamem v neodvisne medije. Na volitvah se zmaguje tako, da prepričaš ljudi s svojimi programi, ne pa v spregi z uredništvu, ki ti pišejo slavo. Na medije gledam kot na posel, nič več – in nič manj.

Z nani ste po izjavi: »Politika me ne bo zanimala, dokler ne bo kritične mase. Samo Jezus je bil sposoben učiti trop idiotov. Jaz pa nisem Jezus.« Kaj se je zdaj spremenilo, da ste se pridružili LDS? Ste tam našli kritično maso, da Jezusa niti ne omerjamo? Zanimiva izjava. Čeprav se je ne spominim dobro. Kritične mase še vedno ni, da bi bili lahko optimistični glede bolj radikalnih sprememb, ki so potrebne. To pridruževanje, barvanje in grupiranje v slovenskem prostoru pa se mi zdi pretirano. Razumljivo je, da politični prostor obstaja, ni pa mu podrejeno čisto vse. Katarina Kresal me je prosila, ali bi malo pomagal, pa sem rekel, da lahko. Še vedno pa sem optimist in upam, da bo nekoč dovolj kritične mase za malo bolj resne spremembe.

Od kod pa poznate Katarino Kresal?

Iz posla. Ona dela v odvetniški pisarni Senica in pri poslih, s katerimi se mi ukvarjam, so odvetniki pogosto angažirani.

Se vam zdi sposobna za mesto predsednice stranke?

Mislím, da je. Katarina je odvetnica, kar marsikaj pomeni. Je odvetnica iz ene naprednejših pisarn, iz pisarne, ki se loteva zahtevnejših primerov. Pravilni, še posebno pa odvetniki, morajo operirati z dejstvi. To bi lahko bila osvežitev v slovenskem političnem diskurzu. Dejstva, borba dejstev.

Duhoviti komentarji, ki krožijo v javnosti v zadnjih dneh, pravijo, da ste v delnice LDS investirali zdaj, ko so poceni, prav tako pa ste s tem, da ohranjate delnice SLS, razpršili politično tveganje.

Tudi jaz sem opazil te komentarje. Zdijo se mitzabavni, ampak sam tega nisem tako gledal. Sodelujem z ljudmi, ne z institucijami. Ne obremenjujem se s tem, v katerem klubu je kdo in kakšne barve je, ampak me zanima, kaj stališča in ali je močno kaj premakniti. Ker pa nisem strankarsko vezan človek in niti ne razumem prav zelo natančno razlik med našimi strankami, se bolj koncentriram na sodelovanje z ljudmi. Sodelovati poskušam s tistimi, ki si prizadevajo za to, kar se tudi meni zdi primerno. Meni se zdijo liberalci skoraj vsi. Ko je govor o gospodarskih vprašanjih, ne vidim razlike med, recimo, Janšo in LDS.

Reki ste, davam ni važno, v katerem klubu je kdo. Ampak sami ste stopili v en klub.

Ravno tako, kot sem stopil v prejšnjega. Ko se je zdajinja oblast pripravljala na volitve, so naredili Zbor za republiko ...

Kjer ste sodelovali tudi vi.

Bil sem povabljen in sem šel. Zato ker si želim sprememb. Zdaj pa me je naprosila Katarina, ki je sprejela kar zanimiv izziv, kandidaturu za predsedovanje stranki. Stranka ima seveda svojo dinamiko in deluje v okviru organov. Ne obremenjujem se kaj dosti s tem, kako v LDS imenujejo plenum, ki se bo ukvarjal s specifičnimi vprašanji. Zaradi mene ga lahko imenujejo gospodarski odbor ali pa zbor za nekaj ali forum za že kaj. Pri nas se pretirava s tem, da se ljudi barva v določene barve, če se pojavijo v nekih forumih, zbornih in odborih. Ne bi bilo slabo, če bi bilo pri teh stvareh več dobromarnosti. Volitve so še precej stran, jaz pa se ne vidim v taki službi, kjerkoli v oblastnih strukturah.

Torej vas morebitno mesto ministra ne zanima?

Ne, ne. Tukaj imam toliko dela in izzivov, da ne bi zamenjal. Voljan sem pomagati, da pa bi šel uradovat, pa ne. Saj prilležitosti za to je bilo v preteklosti že več. Funkcije ministra so mi že bile ponujene, pa sem jih moral zavrniti. Imam odgovornost do delničarjev, vlagateljev v sklade, do zaposlenih, predvsem pa imam še veliko načrtov za naprej.

Kaj pa boste napisali v gospodarski program LDS? Kakšne bodo tukaj vaše prioritete?

Tega se bomo lotili počasi in s premislekom. Narejeno ni še nič. Odbor se mora še sestaviti. Časa je skoraj eno leto, tako da je o tem zdaj še čisto prezgodaj govoriti.

Ali bo to liberalni program, kot izhaja iz imena stranke? Se strinjate z neoliberalnimi pogledi mlajših ekonomistov, s katerimi ste sodelovali tudi v strateškem svetu, recimo z Mrkaičem, Damijanom, Mastenom, Polancem?

Se kar strinjam z njimi. Ne razumem pa točno, kaj naj bi pomenilo »neoliberalnos«. Vem, kaj so liberalni koncepti, neoliberalne pa razumem bolj kot psovko nasprotnikov liberalizma. Bi pa ob tem dodal: mislim, da se za liberalne koncepte zavzemamo vsi. Ker kaj pa je liberalizem: svoboda posameznika, vladavina prava, ločitev cerkve od države, gospodarstvo z zasebno lastnino, država z omejeno močjo, koncept, da ni žrtve brez zločina. To so temeljni postulat liberalizma. Večina politikov pri nas se zavzema za te stvari. Zato velja, kot že celotno poosamosvojitveno obdobje: desni niso pravi desni, levi niso pravi levi. Kot je nekoč rekel Črt Jakšič: pri nas so pikčasti in progasti. Z razlikami se pretirava. Še največja distinkcija med strankami so – na žalost – vprašanja iz naše polpretekle zgodovine, ne pa vprašanja našega napredka, kam bi želeli iti. Glede tega bi hitro lahko dosegli konsenz. Se pa potem začne zapletati pri dnevni realni politiki, ko izpade, da – kot recimo afera Sov-a – so v našem političnem vsakdanjku pomembnejše druge teme kot pa gospodarske.

Vam se afera Sov-a ne zdi kakšna velika reč?

Afera Sov-a je že velika reč. Nič ne rečem. Ampak pri nas imamo vedno samo afere takega tipa. To je težava.

Pred volitvami 2004 ste na prigovarjanje bratov Podobnik napisali gospodarski program SLS in vanj vključili tudi varovanje nacionalnega interesa. Ali boste to poanto vključili tudi v gospodarski program LDS?

Kako bo naše programsko sodelovanje izgledalo, je ta trenutek nemogoče napovedati. Kar nekaj nas bo poskušalo skupaj modrovati. Takrat sem izpostavil ta vprašanja, ki se mi zdijo še vedno pomembna in se z njimi pri nas premalo ukvarjamo. Sicer sem bil takrat marsikje narobe razumljen in so me nekateri začeli označevati za domačjskega ekonomista. Sam nisem mislil in še vedno ne mislim tako. Treba je biti odprt za tuj kapital, za današnje paradigme: globalizacija, odprtost, prost pretok kapitala, delovne sile in blaga.

Vseeno pa se je treba vprašati, kdo smo, kaj smo in kam gremo. Teh diskusij je premalo. Pri nas vlada odsotnost politične ekonomije. Glavna paradigma preteklih dvanajstih, petnajstih let je bil gradualizem. Ki je sicer čisto v redu, če gradualistično deluješ v smeri, za katero si se zaveš odločil. Meni se je cilj vključevanja v Evropsko unijo in Nato ves čas zdel premalo. Ko se nekam odpravim, moram vedeti, zakaj si se odpravil tja in kaj boš imel od tega. Potrebne so strategije. Politika zadnjih petnajstih let se tematike gospodarstva lotva narobe. S podjetji, ki so v posredni državi na lasti, se politika površno zelo rada ukvarja – površno v smislu, kdo bo direktor, kdo bo v nadzornem svetu ipd. –, nič pa se ne ukvarja s »Slovenijo, d. d.«. Naloga politike je Slovenijo kot gospodarski prostor postaviti na zemljevid in jo narediti prepoznavno, ne pa posameznih podjetij. To je naloga lastnikov podjetij, podjetnikov in direktorjev v teh podjetjih. Država pa mora ustvariti razmere.



-Ne držim se maksime, da zmaga tisti, ki najbogatiji umre. Delam tisto, kar mi je zanimivo. Denar mi že dolgo ni cilj, ampak ga obravnavam kot sredstvo. S stališča svojega osebnega standarda bi lahko že zdavnaj nehali. Bi mi bilo pa najbiti dolgčas.

Poglejte recimo primer Irske. Je med mlajšimi članicami, pa je danes skoraj najbolj razvita država Evropske unije po dohodku na prebivalca. To se da narediti v 25 letih. Mi smo pa 15 let pravzaprav zamudili. Seveda bo nad tole moje izjavo večina politike, še najbolj LDS-ove, čisto ogorčena, češ da to ni res. Pa vendarle je. Kolikor je majhna država po svoje ranljiva, ker je odvisna od velikih igralcev v svojem okolju, je po drugi strani tudi zelo okretna. Zgodbe o uspehu je možno potiskati v nišah. Mi teh nismo nikoli intenzivno iskali. Pa bi jih morali. Naš cilj bi moral biti, da posanemo ena od bolj razvitih evropskih držav.

Do nedavna ste bili prav pri vrhu oblasti, v strateškem svetu za gospodarske zadeve pri predsedniku vlade. Ali ste tam kdaj predlagali kaj v smislu teh idej, o katerih zdaj govorite, kaj bi morali narediti za Slovenijo, d. d.?

Kadar imam priložnost, kaj predlagam.

Pa so bili ti vaši predlogi upoštevanji? Ali ste morda ravno zaradi tega, ker niso bili upoštevani, nedavno izstopili iz sveta?

Ja, seveda, zaradi tega.

In kaj ste, denimo, predlagali, pa ni bilo upoštevano?

Ne greza to, da bi nekaj predlagal, pa tega niso upoštevali in bi jaz užaljeno odšel. Način in dinamika dela sta bila takšna, da nisem videl koristnosti svojega prispevka. Pri Čemer nočem reči, da to ni koristen organ in da predsedniku vlade ne koristi.

Pa ste to predsedniku vlade sporočili vi osebno? Kako sta se razšla? Jezno, korektno ...

S predsednikom vlade se pa kot ubogi gospodarsvenik res ne moreš raziti jezno. Midva se nista nič razšla. Biti član takega organa je obveznost. Na seje se je treba pripravljati, prebrati moras materiale, podajati svoje predloge. Vlagati svojo energijo. Po drugi strani pa vsak od nas ocenjuje, kakšen je rezultat porošene energije. Takrat ko to razmerje ni ugodno, se začne spravevati, ali se ima smisel vlagati energijo. To je vse.

Ali si niste z odhodom iz kroga Janševih gospodarskih strategov in vstopom v opozicijsko LDS kot poslovnež zabili avtogola – glede na to, da so pri nas pri sklepanju poslov dobri odnosi z oblastjo včasih ključnega pomena?

Desetletje in več mi je uspelo delovati brez posebne naklonjenosti oblasti. Verjetno bi mi šlo še bolje, če bi imel naklonjene odnose. Nisem pa opazil niti kakšne posebne naklonjenosti zdajšnje oblasti. Pa ne bi hotel, kar se mi rado podtika, in sicerse uveljavljati zunaj ustaljenih procedur. Kot recimo naš tmeres za vstop v bančni sektor – ta tmeres imam, nikoli pa si nisimo predstavljal, da bi to potekalo drugače kot na transparenten način.

Gledano od daleč: bili ste v vladnem strateškem svetu, ga zapustili in šli k opozicijski stranki v soroden organ. Videti je, kot da ste zamenjali barve.

Saj sem povedal, da sam tega ne gledam tako. Se pa zavedam, da tak pogled obsaja. Ne vidim pa razloga, da si zaradi večinskega mnenja ne bi dovolil svoje svobode. Res ne vem, zakaj ne. Nisem bil v SLS-ovih organih, v strateški svet sem bil povabljen, ampak saj v strateškem svetu so zdaj celo člani opozicijskih strank, recimo dr. Kržančič. V SDS ni-

sem vstopil, nisem bil niti povabljen. Ne vključujem pa kakšnega povezovanja v prihodnje. Nisem jaz tisti, ki daje tempo. Imam določene izkušnje in sem jih voljan deliti s tistimi, ki politično gledano premikajo stvari v tej državi. Koliko jih ti uporabiš, pa je bolj odvisno od njih kot od mene. Nekaj vem o panogah, s katerimi se ukvarjamo. To vedenje in znanje sem pripravljen deliti z oblastjo ali pa z opozicijo, je čisto vseeno. Vseskozi poslušamo floskule, kako bo Slovenija v sak čas poslala gospodarski tiger, pa kar ne postane. Nujno bi moralo biti več komunikacije na relaciji gospodarstvo-politika.

Teza, da se kupujejo politične stranke, se meni zdijo hecne. Mislim, da mora biti odnos med politikom in gospodarstvom ravnopraven. Narobe je, če so gospodarsventiki politično premočni, narobe pa je tudi, če je politika steber moči, ki kar vse ve. Vse jim je jasno, zato ker so bili izvoljeni. Ne vem, od kod naj bi ti ljudje gospodarsko problematiko tako dobro poznali, če še nikoli niso delali v gospodarstvu. To, da bi gospodarstvo naredilo prevzem nad politikom, bi bilo govorilo slabo, to, da je sodelovanja med obema premalo, je pa tudi slabo.

Kako pa gledate na uspešnost vladnega projekta reforme? Kje so po vašem zdaj gospodarske reforme? So razvodele, zastale? Navsezadnje ste bili tudi sami soavtor tega paketa reform.

Reforme so malo zastale, to je res, po drugi strani pa je treba reči, da je od vseh dosedanjih vlad Janševa vlada pokazala še največ pripravljenosti za komunikacijo z gospodarstvom, za spremembe. Mogoče so se tega lotili celo nekoliko preširoko in za kanček prepovršno. Vse skupaj pa je malo zastalo,

ker ni bilo vlozene dovolj energije v to, da bi se zgodili resni premiki. Skoraj noben politik noče pri nas ivergati radikalnejših posez zaradi strahu, da ne bi bil še enkrat izvoljen.

Predvsem pa je premalo komunikacije. Mislim, da niti ne bi bilo takšnega zastoja, če bi bilo več komunikacije, na kar je v svoji izjavi tudi opozoril zdajšnji predsednik stranskega sveta Marjan Senjur. To je to, o čemer je pred tem govoril Mico Mrkatič, so je to, zaradi česar sem se jaz odločil, da ne bom več sodeloval v svetu. Premier premalo komunicira. Iz managementa sprememb vemo, da je treba spremembe vedno skomunicirati, da se moraš zelo veliko pogovarjati, iskati konsenz. Teh pogovorov ni bilo prav veliko. To nas je frustriralo in še vedno frustrira, tudi marsikoga od zdajšnjih članov stranskega sveta, ki so mi to povedali.

Pred slabim letom ste predstavili zelo ambiciozen načrt vstopa vaše KD Group v Novo Ljubljansko banko. Potem pa je vse potihnilo in iz tega projekta ni bilo nič. Takrat ste rekli, da čakate samo še na odgovor države, ali bo tudi ona participirala pri tem. Kakšen je bil odgovor? Očitno ga niste dobili oziroma ni bil ugoden za vas.

Nismo ga dobili. Projekt sem predstavil, tudi v pisni obliki, bil je zvedljiv.

Koga ste kontaktirali? Ministra Bajuka? Sama megal premiera?

Oba.

In zdaj? Boste šli v kakšno drugo banko? Vas morda zanima napovedana privatizacija NKBM?

Kar vem o privatizaciji NKBM, je to, kar je bilo predstavljeno v medijih. Se zdaj ne razumem čisto točno, kaj pravzaprav hočejo

» narediti. Mi bomo budno spremljali nadaljnji potek, v tih pa tiam, da je še vedno preveč neodločnosti. Biti pa ne bi.

Vas lastniški vstop v NLB še zanima? Tudi minister Bajuk zdaj znova omenja slovenski konzorcij lastnikov. Bi bili to zanimivi projekti tudi za vas? Ste z njim sploh seznanjeni.

Ne, nisem seznanjen. Tudi težko komentiram, ali bi bili zanimivi. Potreboval bi konkretne podatke. Pod nekimi pogoji je nam zanimivo partnerstvo tudi s KBC, pod drugimi pogoji pa ne. Vprašanja, ki so relevantna pri takih postopkih, so, prvič, pogled na prihodnji razvoj institucije. Drugo pa je vprašanje upravljanja institucije, kakšno je razmerje pri odločanju glede temeljnih strateških in kadrovskih vprašanj. V kombinaciji, v katerih so strateške pravice in imamo usrežen vpliv na upravljanje, bi bili voljni iti, v kake druge pač ne.

KD Group se je umaknila z medijskega trga. Sli ste z Dela, Dnevnikom. Tudi vaši načrti, da bi investirali v bančni sistem, se niso realizirali.

Ne se.

Kam boste usmerili svojo akumulacijo? Katero naložbo v Sloveniji se vam zdijo najbolj perspektivne, da boste svoj kapital in energijo usmerili vanje?

Mi smo konglomerat, svoja prosta sredstva investiramo v projekte, ki se nam zdijo obetavni. Panožno se ne omejujemo. Temeljni pogoj, ko izberemo potencialne naložbe, je najprej vedno, da dejavnost sploh razumemo. V tiso, česar ne razumemo ali kar se nam zdi prezapleteno, ne investiramo. Sicer pa je glavni kriterij za investicijo potencialna rast podjetja. Pri tem nismo omejeni ne geografsko ne panožno. Naš osnovni posel predstavlja finančno posredništvo, zavarovalništvo, upravljanje premoženja in v prihodnje še bančništvo. Sicer pa tudi diverzificirano investiramo.

Kaj pa kake druge panoge? Zakaj vas recimo mediji ne zanimajo?

Saj nas. Mediji so občudljiva tema. Ne razumem zelo ambiciozno politike, ki bi jih rada nadzirala. Verjamem v neodvisne medije. Na volitvah se zmaguje tako, da prepričaš ljudi s svojimi programi, ne pa v spregi z uredništvi, ki ti pišejo slavospeve. Na medije gledam kot na posel, nič več – in nič manj. Kot sem povedal že pred časom, ko smo poskušali malo bolj vsopiti v vaša časopis: mediji so interesantni zaradi tega, ker so načeloma lokalno zaščiten posel. Sama dejavnost ni toliko konkurenčno izpostavljena, kot so druge. To ni izdelek, ki ga naložiš na kamion in ga razvažiš po svetu. Temeljna diferenciacija je jeziki. Ljudje časopise radi berejo v slovensčini. Za Slovence moraš narediti njemu pritrjen izdelek. Ne moreš tukaj prodajati avstrijskega *Kurierja*, ker ga ne bo nihče kupil. Zaradi tega so se mediji zdeli interesantni in so še vedno načeloma interesantna naložba.

Je kateri od že »porabljenih« kandidotov za guvernerja Banke Slovenije tudi vaš favorit?

Ne, nikoli se nismo ukvarjali z guvernerji. Delno tudi zaradi tega, ker v bančništvu še nisimo toliko prisotni, kot bi želeli biti. Če bi bili, bi bili guverner za nas zelo pomembna oseba. Sicer pa se za to, kdo bo guverner, pokuri čisto preveč energije.

Po novem bo predsednik Gospodarske zbornice Slovenije gospod Zdenko Pavček, ki prihaja iz kroga LDS. Predvidevam, da ste s to odločitvijo skupščine gospodarske zbornice zadovoljni.

Sem čisto ambivalenten. Nisem niti zadovoljen niti nezadovoljen. Vi pravite, da je Pav-



» Mi smo 15 let pravzaprav zamudili. Seveda bo nad tole moje izjavo večina politike, še najbolj LDS-ove, čisto ogorčena, češ da to ni res. Pa vendarle je. Kolikor je majhna država po svoje ranljiva, ker je odvisna od velikih igralcev v svojem okolju, je po drugi strani tudi zelo okretna. Zgodbe o uspehu je možno poiskati v nišah. Mi teh nismo nikoli intenzivno iskali.

ček iz kroga LDS, jaz pa pravim, da je Pavček uspešen direktor. Zdi se mi prav, da je gospodarska zbornica dobila nekoga, ki ima evidentne gospodarske rezultate, ki ni delal kariere skozi strukturo zbornice, ampak je vodil podjetje.

Ob vašem pristopu k liberalni demokraciji in ob dejstvu, da je tudi gospa Kresalova, kandidatka za predsednico stranke, partnerica uspešnega in relativno dobro struiranega odvetnika Mira Senice, so se pojavile spekulacije, da kapital prevzema LDS. Kako odgovarjate nanje?

Meni se to zdi hecen pogled. Ne verjamem, da bi bilo pamešno niti da je možno, da bi v kolikor toliko demokratični državi kapital naredil kaj takega. Imamo primer ZDA, kjer na predsedniških volitvah skoraj vsakit kandidira kak milijarder, pa mu nikoli ne uspe. Interes posameznih podjetij so v glavnem preozki, da bi lahko dali resne odgovore na širša vprašanja, ki zadevajo družbo. Očitki, da se ustvarjajo mreže in da je to nekaj slabega, pa me čisto fascinirajo. Za botro voljo, saj vse stvari danes potekajo v mrežah. Lahko jim negativistično rečeš klan ali pajkove mreže, dejstvo pa je, da smo vsi vedno v kak mreži. Networking je danes ena od osnovnih paradig, ki jih učijo na poslovnih šolah. Mi pa iz tega delamo skandale. Pa to je smešno.

Dominantna mreža v tem prostoru je bil pred časom Forum 21, ki pa je po volitvah postal precej minoren. Ali je nastala zdaj kakšna nova, morda kakšna Janševa mreža?

Slovinci smo sami po sebi mreža. Ko je Janša zmagal na volitvah, sem od kar nekaj vidnih članov Forum 21 slišal navdušenje. Presenečljivo, a če malo razmisliš, to ni nič

nenavadnega. Eno so znanstva in prijateljstva, drugo pa je profesionalni interes. Če se ves dan ukvarjaš s prodajo nečesa, se zani-ma, kako boš to lahko prodal v prihodnje. Vedno si vesel, če dobiš impulz, da bo šlo malo lažje. Ljudje iz biznisa smo kar vsi srankarsko neobčudljivi. Nas zanima, ali se bo kaj premaknilo ali se ne bo.

Zdajšnji manifest LDS ima naslov Za ljudi pred profitom. Kot pisec novega programa lahko poveste, ali bo v novem manifestu profit dobil bolj pomembno vlogo?

Profit ima izjemno pomembno vlogo. Pri nas je preveliko zavedanja, da državni proračun in vse, kar se iz njega financira, polnito podjetja. Profit pa je motiv, zakaj sploh poganjaš neki posel. Točka odločanja, ali se še ukvarjati z njim ali ne, se lomí ravno na njegovi profitabilnosti. Če podjetje ne zmoro plačati ljudi, vseh davkov in prispevkov in da mu še ostane nekaj profita, težko raste, ampak se običajno obrne v drugo smer. Profit je v kapitalizmu temeljno gibalno. Če bo veliko profitabilnih podjetij, bo Slovenija šlo zelo dobro.

Poglejte naš primer. KD Group prispeva v državni proračun blizu enega odstotka. Lani smo plačali okoli 50 milijonov evrov davkov, kar je okoli 0,8 odstotka prilivov v državni proračun. To seveda pomeni, da moramo zaposliti dovolj ljudi in da moramo prodati dovolj sortsev in izdelkov, da lahko damo ljudem plače in plačamo davke, na koncu pa nam nekaj malega še ostane.

Se strinjate z oceno revije Manager, ki je vaše premoženje nedavno ocenila na 15,4 milijona evrov, s čimer ste 33. najbogatejši Slovenec?

Ne ukvarjam se toliko s tem.

Očitno pa se ukvarjajo drugi.

Ja, to je v redu. Sem privrženec takih seznamov. Podjetništvo je treba popularizirati. Skrb zbujajoče je, da ko izvajajo ankeze med študenti ekonomske fakultete, kje vidijo svojo perspektivo, jih večina izjavi, da v državni upravi. Premalo jih vidi svojo perspektivo v podjetništvu. Takšne publikacije, kakršna je bila tista posebna številka revije *Manager*, so začele nastajati celo nekoliko pozno. V edno sem trdil, da bi moral biti na vrhu takega seznama Mirko Tuš. Povsod po svetu najbogatejši državljani trgovci in v Sloveniji ni nič drugače. Ta seznam je to dokazal.

Vam je kaj žal, da se ne ukvarjate s trgovino?

Ne. Ne držim se maksime, da zmaga tisti, ki najbogatejši umre. Delam tisto, kar mi je zanimivo. Denar mi že dolgo ni cilj, ampak ga obravnavam kot sredstvo. S sališča svojega osebnega standarda bi lahko že zdav naj nehali. Bi mi bilo pa najbolj dolgčas.

Kakšno glasbo pa kaj poslušate kot stari punker?

Vedno poslušam radio. Že v starih časih je bilo mojim punkerskim kolegom nerazumljivo, da nimam cele zbirke plošč. Nikoli nisem imel gramofona.

Bas kitaro pa še igrate?

Se. Za hobi počnem cel kup stvari.

Kakšen moto imate pri svojem biznisu?

Ras. Rad se ukvarjam z rastočimi posli. Ko sem že ravno vprašan – malo me moti, ko se mi ves čas podtika privatizacijsko tajkunstvo. Podatki kažejo drugače. S podjetništvom sem se začel ukvarjati ravno takrat, ko so aretirali Janšo. Bili sem v vojski, imel sem veliko časa in sem iz Nisa ustanovljal svojo prvo firmo. S finančnim biznisom sem se začel ukvarjati v začetku devetdesetih let. Privatizacija se je zgodila po tem. Sklad smo ustanovili 1992., privatizacijski zakon pa je prišel '94. leta. Privatizacija smo obravnavali kot podjetniško priložnost, ki se je spotoma pojavila. Danes imamo v vzajemnih skladih, ki nimajo zveze s privatizacijo, milijardo dolarjev, privatizacijska akcija – to, kar smo zbrali s certifikati – pa znaša okoli 400 milijonov dolarjev.

Imperativ pa mi je ras. Rad investiram v posle, ki imajo prihodnost, ki bodo rasli. ■

Priloga H: Tovšakova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved

DELO.SI

Zanesljivo vsepovsod
POŠTA SLOVENIJE

torek, 12. 10. 2010
Zadnja sprememba: 20:08

Novice Gospodarstvo Šport Ozadja Zanimivosti Kultura Borza Komentariji
Nogomet | Košarka | Motošport | Ofsajd

Tovšakova odhaja, zamenjal jo bo Boris Medved

Vegradovi delničarji tudi o uporabi lanskega bilančnega dobička

Na nadzorni seji Vegrada je Hilda Tovšak odstopila, na njenem mestu jo bo nasledil Boris Medved, ki sta ga predlagala večinska lastnica Branka Gabrijel in sindikalist Samo Mastnak. Za prokurista so imenovali Sandija Kneza, ki ga je predlagal prvi nadzornik Klemen Boštjančič.



Direktor PDP Matej Golob Matzele, foto: Leon Vidic/Delo



Neje Gole | pon, 30.08.2010 22:40

[natisni] | [pošlji] | A A

Ljubljana, Velenje - Namesto **Hilde Tovšak** sta se v upravo Vegrada usedla **Boris Medved** kot direktor in **Sandi Knez** kot prokurist. Dosedanja generalna direktorica Hilda Tovšak je namreč na seji nadzornega sveta v Ljubljani odstopila.

Sandija Kneza, nekdanjega člana uprave Jelovice, je predlagal predsednik nadzornega sveta **Klemen Boštjančič**, ostala dva nadzornika **Samo Mastnak** in **Branka Gabrijel** pa sta predlagala Borisa Medveda, direktorja podjetja Met Metal. Tovšakova je po seji izrazila zadovoljstvo nad obema članoma uprave, Boštjančič pa se je pri glasovanju o Medvedu vzdržal: *»Gospoda Medveda ne poznam. O njem se danes še ne morem izreči, tako da sem se na glasovanju vzdržal. Želim si, da ga ne bi kdo vnaprej diskreditiral, želim mu vse najboljše in upam, da bo na tem mestu uspešen.«* Oba člana vodstva bosta družbo pri poslih nad 50 tisoč evrov zastopala skupaj. Na vprašanje, ali bo Tovšakova še sodelovala z velenjskim gradbincem, je ta odgovorila, da bo to odločila nova uprava. Ob tem je zatrnila, da ne bo vstopila v nadzorni svet: *»Mislim, da ima Vegrad dobrega predsednika nadzornega sveta. Moja želja je, da se najde soglasje in da bo gospod Boštjančič še sodeloval z Vegradom.«* Prvi nadzornik je opozoril, da na včerajšnji seji niso govorili o njegovi prihodnosti v Vegradu: *»Podal sem odstopno izjavo in moj odstop začne veljati z imenovanjem novega nadzornika. Za to je potrebna skupščina in upam, da bo to čim prej.«*

Posebna revizija ni bila izglasovana

Na popoldanski skupščini so bili sicer izglasovani vsi predlogi uprave, delničarji pa niso glasovali o imenovanju posebnega revizorja, kar je predlagala državna Posebna družba za podjetniško svetovanje (PDP).

"Na predlog večinske lastnice Vegrada je skupščina odločila, da naš predlog za imenovanje posebnega revizorja ne vsebuje ustreznih pojasnil, da bi o njem lahko glasovali. Posebna revizija tako ni bila izglasovana, tako da bomo kot manjšinski delničar v skladu z zakonom zahtevali vložitev preko sodišča," je po skupščini povedal izvršni direktor PDP **Matej Golob Matzele**. PDP je namreč zahteval, naj izredni revizorji med drugim preverijo številne prodaje nepremičnin in posle med Vegradom in podjetji, v katerih so lastniki člani Vegradovega posloводства.

Delničarji so se seznanili tudi z letnim poročilom, a ta po mnenju prvega moža PDP ni bil popoln. *"Glede na to, da nadzorni svet ni obravnaval letnega poročila, smo želeli na skupščini glede tega pridobiti določena pojasnila. Vendar uprava ni bila na voljo za pojasnilo na skupščini, tako da je na to točko PDP napovedal vložitev izpodbijnih tožb,"* je povedal Golob Matzele. Skupščina je podelila tudi razrešnico upravi, čeprav je PDP, ki 29-odstotna lastnik Vegrada, zahteval razrešnico zgolj za prvega nadzornika Klemena Boštjančiča. Sprejet je bil tudi predlog uprave glede revizorja. To delo bo še naprej opravljala družba Revizor Renoma, ne pa KPMG Slovenija, kar je predlagala PDP.

"Odhod Tovšakove dober korak"

Golob Matzele je sicer napovedani odhod Tovšakove označil za dober korak in dodal, da bi Vegrad moral prevzeti nekdo, ki ni vpleten v to družbo. O izvedbi prisilne poravnave, če je bo sodišče potrdilo, pa težko ugiba, saj *"nimam ustreznih podatkov in še nismo videli načrta finančnega prestrukturiranja"*.

Ta načrt bo Vegrad danes predložil okrožnemu sodišču v Celju, ki bo nato odločilo, ali bo podprlo predlog Tovšakove in dovolilo postopek prisilne poravnave. Branka Gabrijel je glede izvedbe prisilne poravnave optimistična: *"Verjamem v Vegrad; ta ima posle, zna delati in to je garant, ki lahko poplača tudi prisilno poravnavo."*

PDP zahteval odgovore

PDP je Vegradu na skupščini zastavil številna vprašanja, na katera pa ni dobil odgovorov. Med drugim jih je zanimalo:

- Ali je družba v skladu s 56. členom Zakona o gospodarskih družbah (ZGD-1) sploh pripravila konsolidirano letno poročilo, glede na to, da se delničarji družbe z njim na današnji skupščini ne seznanjajo in da ga v gradivu nismo prejeli?
- Zakaj je PDP, d.d. prejel letno poročilo z revizorjevim mnenjem šele 25. avgusta?
- Glede na mnenje revizorja, da ni mogel pridobiti zadostnih in ustreznih revizijskih dokazov o knjigovodski vrednosti DFN v družbe Rezidencija Skiper d.o.o., Vegrad AV d.o.o. in Vegrad Zagreb d.o.o., ter da družba izkazuje med kratkoročnimi poslovnimi terjatvami do kupcev 7,9 milijona evrov, ki so zapadle pred dvema letoma in zanje ni oblikovalo popravkov, ter da ni uspel v zadostni meri pridobiti potrditev stanj kratkoročnih obveznosti do dobaviteljev in jih je pridobil le v višini 65 odstotkov (manjka 30,1 milijona evrov, ali letno poročilo po vašem mnenju izkazuje resničen in pošten prikaz premoženja in obveznosti družbe, njenega finančnega položaja ter poslovnega izida?
- Zakaj letno poročilo v prilogi ne prikazuje poslovnega izida za družbe, v kateri je sama neposredno ali po osebi, ki deluje za račun družbe, udeležena za najmanj 20 odstotkov, kot to določa 69. člen ZGD-1?
- Iz letnega poročila je razvidno, da je družba Vegrad, d. d. dala kratkoročno posojilo družbi Vegrad Naložba-DP v višini 1.608.425,59 evrov. Kdaj zapade to posojilo, s kakšnim namenom in kdaj je bilo dano, kako je bilo zavarovano in v kolikor še ni bilo vrnjeno, ali bo družba Vegrad, d.d. glede na likvidnostne težave zahtevala unovčitev posojila oziroma, kakšne postopke namerava sprožiti?

Priloga I: Stavkajoči delavci so dobili sobo

DELO.SI **Kadark**

torek, 12.10.2010
Zadnja sprememba: 20:01

Novice Gospodarstvo Šport Ozadja Zanimivosti Kultura Borza Komentariji S

Slovenija | Poplave | Lokalne volitve | Svet | Kronika

Stavkajoči delavci so dobili sobo

Pred ministrstvom nemiri

Stavkajočim delavcem Prenove noči le ne bo treba preživeti zunaj. Dobili so namreč sobo in odeje v trgovskem centru Ledina, stavbi, v kateri ima prostore ministrstvo za delo.



foto: Matej Družnik/Delo

FOTOGALERIJA VIDEOGALERIJA



Nejc Gole, Ka. Ž. | tor, 09.03.2010 21:55

[natisni] | [pošlji] | A A

Ljubljana - Delavci kočevskega gradbenega podjetja Prenova so po devetih dneh gladovne stavke prišli na pogovor na ministrstvo za delo v Ljubljano - in pred ministrstvom tudi ostali. Enajst delavcev namreč zahteva plače, v skupni vrednosti med 50.000 in 60.000 evri, ki jim jih 15 mesecev ni izplačal lastnik Prenove, samostojni podjetnik **Zoran Perko**. A delavci ostajajo brez denarja, zato nadaljujejo gladovno stavko. Med sestankom pa je bilo pred vrati zelo vroče. Aktivisti iz Socialnega centra Rog so namreč želeli vdreti v ministrstvo, to pa jim je preprečila policija.

»Tu bomo gladovno stavkali dokler ne dobimo plač ali umremo,« je bil po sestanku odločen **Mevudin Mostarić**. In delavci so izčrpani, saj že devet dni ne jedo, pijejo pa zgolj čaj in vodo. »Star sem 29 let in sem se moral, tako kot številni moji kolegi, na stopnicah večkrat ustaviti in počiti,« je izčrpanost na poti v četrto nadstropnje stavbe na Kotnikovi v Ljubljani, kjer ima prostore ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve, izkusil Mostarić.

Delavce je sprejel državni sekretar v kabinetu predsednika vlade **Miloš Pavlica**, ne pa tudi minister za delo **Ivan Svetlik**. Ta je namesto, da bi šel pogledati, kaj se dogaja pred vrati njegovega ministrstva in na sestanku s stavkajočimi delavci, Združenju delodajalcev Slovenije predstavljaj spremembe Zakona o delovnih razmerjih.

Vloga glavnega pogajalca na vladni strani je tako imel Pavlica, ki delavcem ni mogel dati zagotovila, da jim bo denar, ki jim ga je dolžan delodajalec izplačan. Vlada tudi ne more ugoditi zahtevi predstavnikov društva Nevidnih delavcev sveta, ki so bili prisotni na sestanku, da bi država prevzela finančne obveznosti delodajalca do delavcev, saj zato ne obstajajo nikakršna pravna podlaga, so sporočili z ministrstva. »Gre za odnos med delavci in delodajalcem, ne pa med državo in delavci. Država je do njih izpolnila vse obveznosti, poskušali pa jim bomo pomagati pri njihovi osebni stiski,« je dejal Pavlica.

Več v videoopispevku

Priloga J: Intervju z Lidijo Pavlovčič

Kaj je integracija?

Integracija pomeni dobro sodelovanje, boljša komunikacija, izločitev vseh šumov, kot je prostorska oddaljenost. Torej neki napredek. Integracija, ki jo mi doživljamo kot prostorsko organiziranost, ima prednosti in slabosti. Ne omogoča zasebnosti, saj novinarsko delo, ki je izrazito individualno, postavlja v kolektivni prostor, tako rekoč v proizvodno halo, in mu daje občutek proizvodnje.

Prostorska integracija sili novinarsko delo iz individualnega v kolektivnost?

Da, ker skupen prostor sili v več komuniciranja, tudi znotraj področne redakcije.

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Na ravni same redakcije, ki je bila že prej povezana, večjih razlik ni. Postopoma pa se izboljšuje sodelovanje z drugimi redakcijami, ki so vsebinsko povezane z gospodarstvom. Predvsem z notranjepolitično redakcijo, pa tudi s kroniko, saj je v gospodarstvu veliko nepravilnosti. To so pozitivne spremembe.

Kako te spremembe vplivajo na kakovost novinarskih prispevkov?

Postopoma postajajo bolj kakovostni, saj bralec v eni temi ne dobi več le enega pogleda, ampak je ta lahko obdelana z več strani. Ampak premik je počasen, šepa še več stvari.

Kaj je vplivalo na ta premik? Prostorska integracija?

Več vplivov je. Prostorska okoliščina, premik v proizvodno halo, ima pozitivne in negativne strani. Vendar danes je trend, da je treba neki dogodek ali širšo zgodbo narediti zgolj na podlagi sodelovanja. To je, vendar ga je premalo. Predvsem pa orientacija časopisa, kaj bi radi, ni v celoti domišljena. Zato vsi potenciali niso izkoriščeni, tudi glede sodelovanja z oblikovalci, fotografijo, informatiko, tehničnim urednikom. Postprodukcijski del šepa, zato bralci ne opazijo sodelovanja pri nastajanju časopisa. Ne glede na to, da sedimo v skupnem prostoru, moramo spremeniti organiziranost dela.

V kakšno smer?

Treba je določiti pravila. Novinar bi moral povedati, kaj bi bilo treba v prispevku grafično poudariti. Pri načinu dela pa nismo opredelili, ali naj to reče uredniku ali naj sam stopi v tehnični oddelek. Morala bi biti neposredna povezava, a novinarji iščejo bližnjice, da hitreje opravijo delo in ne stopijo do infografike, kjer so strokovnjaki za grafiko. Integrirana redakcija je zelo na začetku, glede na to, kaj vse lahko dosežemo.

Kako se je z integriranim uredništvom spremenilo sodelovanje s spletno redakcijo?

Bistveno se ni spremenilo. Premik je, vendar ne dovolj. Ne pri urednikih ne pri novinarjih ni stalne miselnosti, da je treba informacijo najprej dati na splet in biti po možnosti prvi. Portal je sestavni del hiše, a načela biti prvi ne obvladamo. Tisti, ki vodi ta portal, ne vzpostavi sistema pretoka informacij med spletno redakcijo in vsemi drugimi redakcijami, zato je to prepuščeno entuziazmu ali pa apatiji posameznih urednikov in novinarjev. Sistem pretoka informacij na internet sploh ni dodelan.

Kakšne spremembe je prinesla udeležba spletnih novinarjev na sestankih redakcije?

To je bistveno premalo. Spletni novinar, ki pride na sestanek in si zabeleži, katere teme bodo posamezni novinarji delali, po tem le čaka. Ti teksti nastajajo dolgo, spletni novinar pa vmes ne preverja, kdaj bo prispevek končan, in novinarja ne prosi, naj mu napiše nekaj stavkov. Zadeva je zelo preprosta, mi pa delamo to zapleteno.

Časopisni novinarji so različno dovzetni za integracijo z internetom in drugimi redakcijami. Ali je med tistimi, ki bolj oziroma manj sodelujejo, mogoče najti skupne točke ali je odvisno od posameznikov?

Nekaj skupnih točk je, prav gotovo je dovzetnost za integrirano delo starostno pogojeno. Metode so namreč precej rigidne. Povprečna starost zaposlenih je precej visoka, konkurenca na medijskem trgu pa tega časopisa ni nikoli silila k borbi za bralce. Vedno so bili vodilni. Zdaj je vodilno mesto izrazito ogroženo, medijska ponudba je široka, prevladujoč način dela pa je star. To se časopisu pozna. Mogoče se zavedanje nujnosti sprememb širi na vse, ne glede na mlajše ali starejše generacije. Mogoče vsi rabimo neke pospeške. Ti pa so lahko, če imamo čvrsto vodstvo, ki ve, kaj hoče in kako.

To manjka za ta preboj?

Absolutno, vzpostaviti je treba neki cilj in navodila, kako ta cilj doseči. Nato pa z malimi organizacijskimi koraki in sprotno spremljati, ali je model dober ali ne. Spremembe je treba narediti.

Kako uredniki pri vsakodnevem delu spodbujate spremembe?

Pravzaprav na dosti banalen način, in sicer s spodbujanjem idej. Nimamo pravih vzvodov. Ker ni prevladujoče miselnosti, kaj in kako spremeniti, je to prepuščeno uredniški presoji ali celo dnevne razpoloženju, ali to znaš spodbujati ali ne. Nekako se trudiš in pokažeš, kje je zgodba. Predvsem pa je težava, da motiviranost ljudi ni dovolj visoka in je velik primanjkljaj lastnih idej. Pri tem gre za redefinicijo vloge novinarja in urednika. To je ena od zelo šibkih točk v sistemu te hiše, kjer se pričakuje, da urednik sproža ideje in vse ve. Ni res, novinar je

specialist in mora vedeti vse, kar se na njegovem področju dogaja. To je ena od ovir, da se stvari hitreje ne spreminjajo.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da gredo tudi časopisni novinarji na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Kaj menite o takšnem načinu dela?

Ga ne odobravam, ker je to uporabno za instant medije, ki želijo ponuditi neko hitro informacijo. To je primerno za portal, kjer je treba ponuditi besedo in sliko, če je ta gibljiva, še toliko bolje. Vsak zna hitro narediti videoposnetek. A za tradicionalen časopis na papirju to ni mogoče. Že po definiciji moraš v časopisu ponuditi poglobljeno, ne pa hitre informacije. Za to pa s seboj ne moreš nositi vseh teh delovnih orodij. Potrebuješ namreč čas, ljudi za pogovor in razmislek. To je dodana vrednost časopisa kot medija.

V centraliziranem uredništvu je, kot kaže raziskava Esserja, večji uredniški nadzor. Kako ocenjujete uredniški nadzor v integrirani redakciji v primerjavi z nadzorom v decentraliziranem uredništvu?

Mislim, da je enako. Že prej je imel urednik preglednost, kam je kdo šel. Vsaj v gospodarski redakciji je tako.

Priloga K: Intervju z Alešem Stergarjem

Kaj je integracija?

V bistvu niti ne vem, kaj bi odgovoril. Integracija je nekaj tako lebdečega v zraku! Morda skupinsko obdelovanje tematike? Si pa ne predstavljam, kako lahko pišeš prispevek, če ne poznaš tematike. Po drugi strani pa je to vendarle mogoče, saj tako delajo številni radijski in televizijski novinarji. Ti vprašajo: Kaj pa vi mislite o tem? In pomolijo mikrofon pod nos. Ampak zato še ni treba, da nas 183 sedi v enem prostoru.

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Delo je bolj hrupno, saj je prostor toliko večji, da je manj primeren za miselno delo. Novinar namreč nima prostora, kjer bi se v miru posvetil svojemu delu. Novinarsko delo namreč ni zgolj zbiranje informacij, ampak je polintelektualno delo, za kar potrebuješ mir.

Gre torej predvsem za negativne spremembe?

Kot jaz vidim, da.

Nova prostorska razporeditev naj bi spodbudila komunikacijo med zaposlenimi. Kako je bil ta cilj izpolnjen?

Osebnostno sem imel prej več komunikacije. V novih prostorih jih ne pride več do tebe v primerjavi z obdobjem pred integracijo.

Tudi iz drugih področnih redakcij?

Tako je.

Kako vi sodelujete s spletno redakcijo?

Z njo sodelujem zelo dobro. Že ko je bila urednica *Dela.si* Erika Repovž, smo bili dogovorjeni, da sem jih poklical ali poslal SMS, kadar je bila neka informacija primerna za objavo na spletu. Mislim, da so bili tudi oni takrat povsem zadovoljni, da so dobili prvo informacijo. Res pa je, da jaz nimam veliko priložnosti. Prav tako brez težav napišem daljši prispevek za splet, nato pa ga skrajšam še za časopis. V slednjem je namreč na voljo manj prostora kot na internetu. Novinarji premalokrat pomislimo na to možnost.

Torej se tudi sodelovanje z internetom po uvedbi integriranega uredništva za vas ni spremenilo?

Prostorska integracija na to sploh ni vplivala.

Namena integriranega uredništva sta bila povečati komunikacijo med zaposlenimi in povečati sodelovanje s spletom. Zakaj ti cilji niso bili izpolnjeni?

Verjetno je več vzrokov, del pa je verjetno tudi v nas samih. Mi smo se v integrirano uredništvo selili z odporom, ampak na to bi morali prej pomisliti. Mogoče smo malo starokopitni, kar pa je za časopis, kot je *Delo* – ki naj bi bil resnicoljuben, resen, konservativen, a ne v političnem smislu, verodostojen in nepristranski –, normalno.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da tudi časopisni novinarji gredo na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Ali bi bili vi pripravljeni tako zbirati informacije?

Jaz sem tipičen časopisni novinar. Potrebujem čas in mir, da artikuliram misli in govor, zato sem nekajkrat zavrnil vabila na televizijske oddaje o tematiki, ki jo sicer dobro poznam. Snemalec pa sem lahko, fotografiram rad. Tudi na kakšnem dogodku, denimo v tujini, kjer ni fotografa, nimam težav s fotografiranjem. Snemanja s kamero pa bi se moral navaditi. Mislim, da je to delo zelo preprosto, ko gledam nekatere kolege, ki jim tematike ni treba razumeti ter sogovorniku pred usta dajo mikrofona in vprašajo: Kaj pa vi mislite o tem?

Kaj pa montaža?

Da bi se še z montažo moral ukvarjati ... Ne vem, kako je to, saj tega nisem nikoli delal.

V centraliziranem uredništvu je, kot kaže raziskava Esserja, učinkovitejša novinarska produkcija v časovnih stiskah. Kako bi ocenili novinarsko delo v časovnih stiskah v integrirani redakciji v primerjavi z delom v decentraliziranem uredništvu?

V časovni stiski ima človek, vsaj jaz, rad mir. Časovna stiska pa se le stopnjuje, če vidiš okrog sebe ljudi, ki čakajo. Saj se zavedaš, da moraš oddati prispevek. Seveda pa je časovna stika na *Delu* ob 21. uri, takrat pa je v redakciji že mir.

Priloga L: Intervju s Katarino Fidermuc

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Nisem občutila sprememb, le prostorski pogoji za delo so se poslabšali. V skupnem prostoru je namreč več ljudi. Prav tako nisem opazila, da bi se vsebina časopisa zaradi tega spremenila na boljše. Integrirano redakcijo vidim zgolj kot novo prostorsko ureditev.

Kaj je integracija?

V integraciji bi se časopis kot celota bolj usmeril k tistim vprašanjem, ki so pomembni za življenje ljudi. Tako da ne bi prenašali tistega, kar želi o sebi brati politika, ampak da bi bil naš celovit integriran pristop tak, da bi se nekako znali dogovoriti, kaj je za naše bralce v resnici pomembno.

Zakaj se integracija v tem smislu ne zgodi?

Ker je treba napolniti časopis, kar ni vedno lahko, ker te priganja čas in ker si obremenjen s tem, da moraš po možnosti vsak dan nekaj narediti. Zato si uredniki in novinarji pomagamo z dogodki, ki jih dobimo na pladnju. Če bi se želeli dvigniti nad to, kar izvemo na napovedanih novinarskih konferencah, bi se bilo treba dogovoriti na uredniški ravni.

Prav več dogovarjanja in komunikacije je bil eden od ciljev te integracije.

Dogovarjanje lahko samo zavlačuje proces. Dogovarjanje na ravni hiše na dveh uredniških sestankih je kar dovolj. Čeprav se začne prepozno, saj država dopoldne živi bolj intenzivno.

Ste po uvedbi integriranega uredništva občutili več komunikacije med novinarji?

To se ni spremenilo. Dogovarjali smo se že prej, saj smo v obdobju elektronskih medijev, osebni stik s kolegi nič ne pripomore k boljšemu novinarskemu delu.

Kako vi sodelujete s spletno redakcijo?

Slabo. Mislim, da je sodelovanje s spletno redakcijo takšno, da jim kaj narediš, če izrazijo željo. Meni nihče nikoli ne izrazi želje, da bi za spletno stran kaj naredila, ampak, ne vem po kateri presoji, prispevke včasih objavijo na spletnem portalu.

Kakšno pa bi to sodelovanje moralo biti?

Odvisno, kako visoko hiša vrednoti *Delo.si*. Idealna ureditev je, da časopisni članki na spletu vzpodbudijo bralca, da si bo pridobil možnost ogleda. Bralcu z zamikom omogočamo pogled v cel prispevek, zato ne vem, kaj bi še lahko naredili.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da gredo tudi časopisni novinarji na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Kaj menite o takšnem načinu dela?

To je trend. Na zahodu se je začelo dogajati, da so časopisne hiše bralcem začele ponujati videovsebine. Ne verjamem, da to zelo pripomore k časopisu kot izdelku na papirju in je vprašljivo, ali lahko časopisna hiša, ki v to ne vloži zelo veliko kadrov in sredstev, tekmuje s televizijo. Načelo, da je video dopolnitev časopisa na papirju, se ni uveljavilo.

Ali bi bili, kot časopisna novinarka, pripravljene snemati in montirati videoprispevke?

Delala sem na radiu in se mi to ne zdi posebna ovira. Vendar ni preprosto, da ob časopisnem prispevku mimogrede narediš še videoprispevek. Za to je potrebna posebna veščina, da ne nastanejo zelo slabi prispevki, ki bi pri bralcih spodbujali nervozo.

V centraliziranem uredništvu je, kot kaže raziskava Esserja, večja delitev dela. Kako bi ocenili delitev dela v integrirani redakciji v primerjavi z delom v decentraliziranem uredništvu?

Večje delitve dela ni. Pri delitvi dela mora vsak zelo natančno vedeti, kaj mora narediti. To pa je mogoče le, če nekdo to zelo natančno pove. Ampak ne vidim večje delitve dela ali pa večjega združevanja dela, ker je integrirana redakcija zgolj selitev v en velik prostor, brez prednosti. Novinarsko delo je individualno. Če bi več ljudi delalo isto temo, bi vsak dan lahko napolnili le tri strani.

Esser tudi ugotavlja, da so centralizirana uredništva bolj učinkovita v časovnih stiskah.

Kakšne spremembe glede tega opazate vi?

V integrirani redakciji te čas lahko bolj priganja, ker je to slabše okolje za individualno delo. Več je motenj v okolju, kar lahko vzame zelo dragocen čas.

Kakšni so ti slabi pogoji dela?

Novinar najprej vse moti, ko zbira podatke. V nadaljevanju se moraš zbrati in premisliti, kaj si slišal. V tej fazi je integrirana redakcija slabo okolje, saj slišiš vse šume. Ljudje imamo namreč različen ritem; medtem ko nekdo končuje komentar, drugi v istem času zbira podatke.

Priloga M: Intervju z Borutom Tavčarjem

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Prav velikih sprememb ni bilo, razen to, da smo se preselili v en velik prostor. Urednik je isti, proces dela je enak kot prej.

Zakaj ni sprememb?

Za integracijo rabiš človeka, ki integrira. Prostor sam po sebi ne integrira. Jaz sem že prej precej sodeloval. Bil sem v ljubljanski redakciji in sem delal za prilogo *FT*, *NeDelo* in tako dalje. Že prej sem torej precej sodeloval. Zdaj ni nič drugače, le da so ljudje bližje. Res pa je, da več komuniciramo z novinarji notranje redakcije, ki so poleg nas. Vendar smo tudi prej. Jaz se veliko zmenim, ko grem kadit.

Kako vi sodelujete s spletno redakcijo?

Skoraj nikoli. Včasih me spletni novinar prosi, naj nekaj naredim. To naredim brez težav, celo nekaj časa me drži, da bi sodeloval. Ampak nekatere teme so zanimive za splet, druge pa ne. Če tega ne veš, malo pozabiš na sodelovanje s spletom. Moralo bi biti neko splošno uveljavljeno pravilo.

Katere teme objaviti?

Na uredniškem kolegiju bi se bilo treba dogovoriti, katere teme so potencialno primerne, da ob tekstu za časopis narediš še povzetek za splet.

Vsako jutro se časopisnim novinarjem na redakcijskem sestanku pridruži spletna novinarka. Kakšen je učinek teh obiskov?

Ker vedo, kdo pokriva katero temo, včasih pokličejo in prosijo še za prispevek za na splet. Nato to naredim. Vendar to je redko. Morda bi se morali na sestanku s spletno novinarko že dogovoriti za tekste. A pri nas ni obvezno to narediti, zato nam bi morali ves čas ponavljati, naj delamo še za splet.

Pričakujete kakšno stimulacijo za delo za splet?

Kakšna motivacijska zadeva bi prav prišla. Ni treba, da je nekaj zelo velikega. Neka motivacijsko-stimulacijska zadeva bi morala biti uvedena na splošno. Zdaj se ne štejejo niti vrstice.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da časopisni novinarji zbirajo gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Ali bi bili pripravljeni za takšno multimedijkost?

To bi šlo, če bi na dan poročal zgolj o eni stvari. Če pa imaš tri ali štiri, to časovno ni mogoče. Poleg tega bi nam morali kupiti opremo; prenosnike, prek katerih bi s terena poslali surov material, ljudje v redakciji bi ga obdelali, ti bi pa šel delat nekaj drugega.

V centraliziranem uredništvu je, kot kaže raziskava Esserja, učinkovitejša novinarska produkcija v časovnih stiskah. Kako bi ocenili novinarsko delo v časovnih stiskah v integrirani redakciji v primerjavi z delom v decentraliziranem uredništvu?

To je odvisno od človeka, ki vse skupaj vodi. Ali ima organizacijo v malem prstu ali pa je stvar odvisna od petih ljudi. Pravi urednik ve, koga angažirati, in je hitro vse urejeno.

Esser tudi ugotavlja, da je v centraliziranih uredništvih večji uredniški nadzor. Kakšne spremembe glede tega opazate?

Tudi tam je bil urednik, tako da sprememb ni.

Kako gledate na spletne novinarje?

Potrebovali bi malo več podpore, kakšno kratko izobraževanje. Njihovo delo je takšno, da so dežurni, delajo na ure in ni preprosto prepoznati, kaj sodi na splet.

Priloga N: Intervju z Barbaro Pavlin

Kaj je za vas integracija?

Večji pregled nad delom v hiši, več sodelovanja med redakcijami, ne samo na ravni urednikov, ampak tudi novinarjev. Predvsem v smislu skupnega pisanja prispevkov pri temah, ki se prepletajo, kar prinaša dodano vrednost časopisu in večjo kakovost tekstov. Integracija lahko pripomore tudi k bolj intenzivnemu snovanju idej, boljšemu brainstormingu. Ne nazadnje pripomore tudi k temu, da se ljudje med seboj bolje spoznajo in zato tudi lažje sodelujejo.

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Preselili smo se v en velik prostor, da bi bili bližje drug drugemu. Tako lažje prideš do kolega iz druge redakcije, a delo je enako kot prej. Večjih sprememb ni.

Zakaj?

Poznati moraš namen integracije in kako delati. Mi integrirane redakcije nismo vzeli za svojo, ker nam niso razložili, kaj naj bi bilo bolje kot prej.

Kako vi sodelujete s spletno redakcijo?

Slabo.

Zakaj?

Verjetno zato, ker nisem navajena, da je ob prihodu s terena treba nekaj napisati za splet. Na to se niti ne spomnim. Kadar pa mi urednica naroči, naj kaj napišem za splet, potem to naredim.

Kako pogosta so ta navodila?

Skoraj nikoli. Sam se moraš spomniti, da napišeš besedilo za na splet. Včasih pokliče tudi spletna novinarka, ki je zjutraj na našem sestanku. Ampak to je zelo redko, saj med nami ni komunikacije, če vse delaš prek urednikov. Na *Žurnalu* gre novinarka na vlado in je jasno, da bo po telefonu poklicala v spletno uredništvo in povedala ključne informacije. Pri njih je to nujnost, pri nas pa bi morali z vrha večkrat poudarjati, naj nekaj naredimo še za splet.

Pričakujete kakšno stimulacijo za delo za splet?

Ne, splet je del časopisa. Motivirati bi morali z besedami, pohvalami, ne pa z denarjem.

Eden od ciljev integracije je tudi več komunikacije z drugimi novinarji. Kako ocenjujete izpolnitev tega cilja?

Več komuniciramo z notranjepolitičnimi novinarji, ki sedijo poleg nas.

Kako to vpliva na novinarsko delo?

Za nekatere teme, ki lahko sodijo tako v gospodarsko kot v notranjepolitično redakcijo, se dogovorimo, kdo bo o njih poročal.

Kakšne so slabosti integracije?

Povsem tehnične. Moteč je denimo hrup.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da časopisni novinarji zbirajo gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Ali bi bili pripravljeni za takšno multimedijkost?

Prav gotovo je to prednost. A to je odvisno od urednika te hiše in števila zaposlenih. Tu je preveč zaposlenih, da bi jaz to delala. Potem na spletu ne bi potrebovali ljudi, če bi časopisni novinarji delali za tisk in internet. Sicer pa smo časovno preveč omejeni, da bi lahko to delali, hkrati pa ni vsaka tema primerna za tako delo. Morali bi nam dati tehnologijo, a ta hiša ni taka, da bi imeli multimedijški način dela.

Priloga O: Intervju z Nino Jerančič

Kaj je za vas integracija?

Integracija je zame proces, ki se zgodi v trenutku, ko novinarji podajajo informacije v vseh tehnoloških oblikah, ki jih danes ponuja trg medijev. Ne gre za popolnoma ločene nosilce posameznih tem.

Kako ste po uvedbi integrirane redakcije občutili spremembe v novinarskem delu in kakšne so te spremembe?

Internet je na *Delu* z integracijo precej pridobil. Spremenil se je odnos do drugačnega medija, ki so ga bili novinarji *Dela* doslej vajeni. Sodelovanje je veliko boljše, je pa res, da se zavest na celotni ravni uredništva še vedno ni toliko spremenila kot v drugih državah, denimo v Veliki Britaniji in Nemčiji.

Kako bi ocenili spremembe novinarske prakse po uvedbi integriranega uredništva? Kakšne so prednosti in slabosti uvedbe integriranega uredništva za novinarsko delo?

Lahko govorim le v imenu interneta in za nas se je spremenilo precej. Lažje dostopamo do informacij, pravzaprav je večji odstotek novinarjev bolj naklonjen internetu, kot se zdi. Slabosti so predvsem v tem, da še vedno nismo spremenili načina vsakdanjega dela. Naloge so razdeljene preveč skoncentrirano, in to se kaže v preobremenjenosti posameznikov.

Ali te spremembe vplivajo tudi na kakovost novinarskih prispevkov in kako?

Zagotovo vplivajo. Predvsem zaradi hitrosti podajanja informacij.

Lahko govorimo o integraciji *Delovih* časopisnih novinarjev s spletnimi, kar je bil cilj nove prostorske razporeditve?

Nikakor ne. A za to bo potrebno še veliko več, kot le vcepljanje zavesti ljudem, da ne smejo pozabiti na internet in da jih ob tem čakajo nove zadolžitve. Z vsakim kadrom se je treba ukvarjati, se predvsem veliko pogovarjati in nuditi stalno izobraževanje. Integracija je proces, in nikakor ne prostorska ureditev.

Zakaj integracija ni večja?

Po mojem mnenju zato, ker je bil namen predstavljen preveč površno in tudi neutemeljeno. Veliko je bilo nezadovoljstva zaradi novih delovnih mest, in že s tem je ideja integrirane redakcije veliko izgubila.

Kje so prednosti in slabosti integracije s časopisnimi novinarji?

Prednosti na *Delu* so kakovost novinarskih člankov, slovita novinarska imena, ugled same blagovne znamke *Delo*, ki je zaenkrat na spletu ne znamo uveljaviti. Slabost pa je velik generacijski prepad.

Kateri časopisni novinarji več sodelujejo z vami? Ali obstajajo v tem kakšne razlike glede na spol, starost, redakcijo, v kateri delajo, kaj drugega?

Notranja in gospodarska redakcija, zelo aktivni so dopisniki. Zanimivo je tudi to, da so internetu v povprečju naklonjeni starejši novinarji. Poleg mlajših seveda, ki si vprašanja o spletnem delu ne zastavljajo.

Kaj menite o načinu dela, da bi bili časopisni novinarji »one man band«, torej da bi na dogodke nosili videokamere ter gradivo posneli in zmontirali tudi za splet?

To sicer počne veliko medijskih hiš, a v *Delu* za ta korak zagotovo nismo pripravljeni. Odvisno od teme – videoblogi, komentarji in lahkotnejši prispevki ja; resnejše teme, intervjuji, posneti s fotoaparati, pa na *Delo* ne sodijo.

Priloga P: Intervju z Denisom Pavličem

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Časopisni novinarji odslej precej več sodelujejo z internetom. Pri tem izpostavljam slovenske dopisnike in nekatere posameznike iz notranje in gospodarske redakcije. Mnogi med njimi so zelo samoiniciativni ter z nami dobro sodelujejo in nam pošiljajo prispevke. Pred integracijo smo bili prostorsko ločeni in dejansko je bilo tega sodelovanja bistveno manj. Jaz sem na internetu na *Delu* že šest let. Vmes sem bil leto in pol v centralni redakciji in v tem času je sodelovanje postalo bistveno boljše. Lahko bi bilo še boljše.

Kakšne so oblike tega sodelovanja?

Ena oblika sodelovanja je, da novinar napiše prispevek in ga pošlje na internet. Druga oblika je pošiljanje SMS-sporočil, tega bi moralo biti še več. Novinar namreč s terena napiše SMS s ključnimi informacijami, mi pa to objavimo. Lahko nam napiše tudi nekaj povedi po elektronski pošti ali pa nas pokliče po telefonu in pove ključne informacije. Lahko tudi obratno, da mi pokličemo novinarja.

Tudi vi večkrat pokličete?

Že prej smo klicali, a zdaj je lažje koga dobiti. Včasih je bilo manj zagona med novinarji, zdaj ga je več.

Kaj je pripomoglo k temu zagonu?

To je težko reči. Ne vem, kako je bilo to urejeno na uredniški ravni. Kot sem slišal, je tudi prejšnji odgovorni urednik Darijan Košir precej spodbujal novinarje in resorne urednike k večjemu sodelovanju z internetom. Po drugi strani je prav gotovo k temu prispevala tudi prostorska integracija, saj nas bolje vidijo.

Kako se je po integraciji spremenila vsakodnevna komunikacija med časopisnimi in spletnimi novinarji?

Povečala se je. Spremenili smo organizacijsko strukturo, kar pomeni, da imamo odslej za notranjo politiko zadolžene tri ljudi, po dva pa za gospodarstvo in zunanjo. Ti krožijo in vsako jutro se spletni novinar udeleži sestanka v notranji, gospodarski oziroma zunanji redakciji. To pomeni, da ima vpogled v dnevno delo za časopis. A prepričan sem, da bi se dalo še bolje delati.

Kako?

Da bi se na resornih sestankih pogovarjali, kaj bomo čez dan delali za splet. Da bi tudi resorni uredniki razmišljali o načrtovanju dela za internet. Pri nas je največja težava hitrost, kar bi se dalo izboljšati, če bi se že en dan prej načrtovalo, kaj bodo časopisni novinarji delali za internet.

Ažurnost bi se povečala tudi z večjim sodelovanjem med vami in časopisnimi novinarji na terenu.

To je eno, drugo pa je, da bi se na uredniških sestankih dogovorili, o čem bi posamezni novinarji iz redakcij poročali za *Delo.si*. Primer je dopisnik z Obale Boris Šuligoj. Ta je po obsodbi Borisa Popoviča takoj po telefonu povedal, kaj se je zgodilo, koliko je dobil kazni in druge ključne informacije, tako da smo mi prvi to objavili. Super bi bilo, da bi novinarji to samoiniciativno osvojili. Mnogo vas sicer razume, da internet potrebuje prvo informacijo. Drugače pa je za ekskluzivne zgodbe. Na uredniški ravni se mora odločiti, kaj je ekskluziva, ki je ne bomo dali na internet takoj, ampak šele pozno zvečer ali naslednji dan, ko že izide časopis.

Kdo so samoiniciativni novinarji, ki sodelujejo z internetom? Ali jih je mogoče razvrstiti glede na spol, starost, redakcijo itd.?

To so posamezniki. Novejše tehnologije so res bližje mlajšim, ampak to ni pravilo. Starejši novinarji bi a priori lahko bili bolj zadržani do novejših tehnologij, a načeloma sem presenečen. Prav slovenski dopisniki so se zelo izkazali v delu za internet. Tudi Miha Jenko, ki sicer ni star, ampak tudi ni dvajsetletnik, razume, da je internet zelo pomemben. Po drugi strani pa sodelovanje z internetom ni samoumevno niti za vse mlade časopisne novinarje. Ne moremo reči, da je starost pravilo.

Kako spremembe vplivajo na kakovost novinarskih prispevkov ter samega portala *Delo.si* in tudi časopisa?

Zagotovo so pozitivne spremembe. Prej smo bili omejeni s proračunom, zato novinarjev nismo mogli pošiljati na teren. Odvisni smo bili od tiskovnih agencij. Podpora novinarjev iz hiše pa je potencial, da imamo lahko najboljši portal med resnimi portali z ažurnimi novicami.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da tudi časopisni novinarji gredo na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Kako vidite to multimedijnost oziroma večveščinskost?

Videoprispevki se večinoma slabo gledajo. Zakaj? Verjetno se odgovor skriva v tem, da spletne strani daleč največ obiskujejo ljudje v službi. Pri tem je zoprno, če se začne video glasno predvajati. To je eden glavnih argumentov, da ljudje slabo gledajo video. Dobro pa se

gleđajo prvovrstne teme, denimo študentske demonstracije ali referendum o arbitražnem sporazumu. Pri dnevnih dogodkih pa je treba presoditi, kaj bi bilo zanimivo. Dobro bi bilo, da bi časopisni novinarji informacije zbirali tudi z videokamero. A pri tem sta dve težavi. Treba jih je naučiti in pomembna je odzivnost.

Ali je v hiši pripravljenost za takšno multimedijškost?

Ne verjamem. Verjamem, da so pripravljeni posamezniki v redakcijah. A če konkretno pogledam gospodarsko redakcijo, bi nastal problem, ker imajo zelo razdeljena področja. Če nekdo pokriva denimo trgovino, je vprašanje, ali bi ta novinar o dogodkih poročal tudi s kamero ali bi s seboj moral vzeti še enega človeka. Za to moraš imeti nekaj veselja in nadarjenosti. Vendar nima smisla, da bi nekoga s tem delom posiljevali.

Nekateri novinarji pravijo, kažejo nekatere raziskave, da imajo novinarji zaradi večveščinkosti manj časa za preverjanje informacij in iskanje drugih virov. Kakšne so slabosti takšne multimedijškosti?

To bi lahko bil problem. Kot »one man band« je težko delati. Vendar se nekateri znajdejo.

Kakšne so razlike v stilu pisanja za časopis in internet?

Največja razlika je v povzetku. Časopisni novinar mora razumeti, da je za internet potreben zelo kratek povzetek, medtem ko je časopisno vodilo lahko štirikrat daljše. Pri internetu so zelo pomembni naslov, povzetek in fotografije. Vse troje mora bralca pritegniti.

Kako pa časopisni novinarji obvladajo drugačen stil?

Tega v prvi fazi ne pričakujem. Zdaj je pomembno, da novinarji razumejo, da je treba za internet kaj narediti. Sam stil pisanja pa ni nujno, da se močno razlikuje. Pri spletu so sicer še bolj kot pri časopisu pomembni naslovi, povzetek in fotografija. Tisti, ki bere časopis, si bo namreč vzel čas, bralci na internetu pa iščejo, kar bode v oči.

Kaj je za vas integracija?

Integracija je delovni proces, kjer bi velika večina novinarjev razumela, da je internet enako pomemben kot časopis in delo za internet ni dodatno delo, ampak del delovnega procesa. Ni namreč veliko dela, če kaj narediš za splet. Drugi del integracije je, da bi se novinarji in resorni uredniki večkrat obrnili na nas, da bi tudi kaj kritično predlagali in povezljivost, da lahko mi kogar koli od novinarjev pokličemo.

Lahko na primeru *Dela* govorimo o integraciji?

O začetku integracije. Čeprav so časopisni novinarji še vedno časopisni novinarji, in še vedno potrebuješ novinarje, ki so zgolj spletni. Ti morajo biti namreč vedno na preži za aktualnimi informacijami in razumeti delo na spletu. Upam, da bo na *Delu* integracija v nekaj letih.

Priloga R: Intervju s Tino Kristan

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Pričakovanja o sodelovanju med novinarji časopisa in interneta so bila velika, a kaj več kot o izjemah danes ne morem govoriti. Obstaja nekaj novinarjev, ki so zelo dovzetni za internet, a to je v tej dobi še vedno premalo.

Kako bi ocenili spremembe novinarske prakse po uvedbi integriranega uredništva?

Kakšne so prednosti in slabosti uvedbe integriranega uredništva za novinarsko delo?

Novinarska praksa se je spremenila malo in premalo. Sodelovanja med časopisnimi in spletnimi novinarji je premalo. Sem privrženka integrirane redakcije, a sodelovanje ni posledica samo tega. Gre za potrebo po miselnem preskoku novinarjev in predvsem urednikov. Med prednosti štejem tudi prostorsko bližino, saj je tako za nas, ki delamo na internetu, kjer je ažurnost izjemno pomembna, včasih mnogo lažje pridobiti neki odgovor, informacijo. Slabost je morda skupen prostor, kar pomeni več dražljajev, a jaz osebno s tem nimam prevelikih težav.

Zakaj ni tega miselnega preskoka novinarjev in urednikov ter kako ga doseči?

Časopisni novinarji se premalo zavedajo pomena interneta v tem času. Marsikdaj imam občutek, da nas nihče ne jemlje resno, da ne obstajamo. Ko je *Delo* dobilo novo urednico, je ta obiskala, kolikor je meni znano, vse redakcije. Interneta ne! O pomenu interneta se ogromno govori, dejansko pa se nič ne spremeni. Kako se vrednoti internet na *Delu*, pokaže tudi dejstvo, da na *Delo.si* ni niti enega redno zaposlenega novinarja. Miselni preskok bomo dosegli tedaj, ko se bo vodstvo res zavedalo pomena spleta in ko bo klima v podjetju taka, da bodo novinarji z veseljem sodelovali s spletno stranjo. Skratka, ne prisila, temveč predstaviti je treba dejstvo, da je internet pomemben del časopisa in da smo vsi na isti ladji. Ne gre za to, da novinarji pišejo za nas, za *Delo.si*, ampak da pišejo za *Delovo* spletno stran, ki je nujni del *Dela*.

Ali te spremembe vplivajo tudi na kakovost novinarskih prispevkov in kako?

Kot rečeno, obstajajo novinarji, ki brez težav sodelujejo z nami, kar zagotovo vpliva na kakovost v smislu hitre pridobitve in objave informacije na *Delo.si*. Ta bo lahko med najboljšimi le, če nam bodo pri ustvarjanju vsebin pomagali časopisni novinarji. Ti so namreč na terenu, kar pomeni, da imajo ažurne informacije.

Kaj je za vas integracija?

Integracija zame pomeni sodelovanje, povezovanje vseh ljudi.

Lahko govorimo o integraciji Delovih časopisnih novinarjev s spletnimi, kar je bil cilj nove prostorske razporeditve?

Delno lahko, vendar je ta integracija preslaba.

Zakaj integracija ni večja?

Po mojem mnenju je naloga vodstva, da jasno poudari pomen interneta in vzpodbudi novinarje, da bodo začeli sodelovati. Nekateri novinarji so pred časom že kar sodelovali, pa danes ne sodelujejo več, po mojem tudi zato, ker si mislijo, zakaj bi jaz opravljal dodatno delo, če pa drugi tega ne počnejo. Strinjam pa se, da moramo tudi internetovci počistiti pred svojim pragom in marsikaj spremeniti.

Kaj morate vi spremeniti?

Delo.si potrebuje nov sistem dela. Še prej pa pomoč nekoga, ki izjemno dobro pozna zakonitosti spleta, trende, pomen socialnih omrežij – verjetno smo celo edini v Sloveniji, ki nimamo možnosti Facebooka, Twitterja ... – in tako dalje. Ampak to ni stvar novinarjev dela.si, ampak med drugim tudi oddelka za razvoj, s katerimi imamo prepogosto borbe. Delo na Delo.si pa ne bo kakovostno, dokler bo en novinar na dan vnesel 20 tekstov.

Kje so prednosti in slabosti integracije s časopisnimi novinarji?

Prednost so zagotovo informacije, saj so časopisni novinarji na terenu, med ljudmi. Za razliko od nas. Jaz slabosti ne vidim.

Kateri časopisni novinarji več sodelujejo z vami? Ali obstajajo v tem kakšne razlike glede na spol, starost, redakcijo, v kateri delajo, kaj drugega?

Težko bi rekla. Je pa več mladih novinarjev, kar pa ne pomeni, da je to pravilo. Obstaja nekaj starejših kolegov, ki ves čas in brez težav sodelujejo z nami. Mednje sodijo predvsem lokalni dopisniki.

Kakšne oblike sodelovanja med časopisnimi in spletnimi novinarji so najpogostejše?

Najpogosteje pošljejo tekst, nekateri ob zelo pomembni informaciji pokličejo ali pošljejo SMS. Vrstni red je takšen, kot si sledi v tem odgovoru.

Kako bi ocenili pripravljenost Delovih časopisnih novinarjev za ustvarjanje prispevkov za splet?

Ta pripravljenost je zaenkrat slaba. Smo pa morda premalo iniciativni tudi mi na spletu. Ampak ko mesec dni prosiš in sprašuješ, a pravega učinka ni, obupaš.

Priloga S: Intervju s Katjo Žnidar

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Večjih sprememb ni bilo. Stanje se sicer nekoliko izboljšuje, ampak je premalo sodelovanja z drugimi redakcijami. Nekatere z internetom sploh ne sodelujejo, druge pa zelo malo.

Katere sodelujejo in katere ne?

Zelo dobro sodelujemo predvsem s športom, tudi notranjepolitično redakcijo, težave so denimo z gospodarstvom, sodelujemo tudi z določenimi novinarji iz zunanje. Težava je v tem, ker so v teh redakcijah predvsem starejši novinarji, ki niso vajeni dela za splet in hitre odzivnosti, ampak so navajeni, da si za pisanje vzamejo čas.

Torej s spletno redakcijo več sodelujejo mlajši novinarji?

Da, lažje smo jih navadili, da nas o pomembnih dogodkih obvestijo po telefonu ali SMS sporočilu. Tako da imamo neko začetno informacijo.

Zakaj mladi bolj sodelujejo?

Mogoče so bolj odprti za nove tehnologije, bolj odzivni, bolj se zavedajo pomena spleta. Morda je to tudi posledica izobrazbe, saj se na fakulteti že učijo o internetu o pomenu hitrih novic. Starejši so večji tradicionalisti.

Kako bi ocenili spremembe novinarske prakse po uvedbi integriranega uredništva?

Kakšne so prednosti in slabosti uvedbe integriranega uredništva za novinarsko delo?

Prednosti nismo bistveno občutili. Pričakovali smo, da bo integracija bolje delovala. Morda je tudi na naši strani nekaj krivde, da se premalo angažiramo. Ne poznam razloga, zakaj ni steklo po načrtu.

Kakšna so bila vaša pričakovanja prej?

Ko se je začelo govoriti o integraciji, smo se pogovarjali, da bi v vsaki redakciji bil nekdo zadolžen za komunikacijo s spletom. Ta bi skrbel za pretok informacij in za informiranje v obe smeri, a se to ni zgodilo. Sodelovanje deluje, ko mi sami uspemo priklicati novinarje na terenu. Da bi novinar sam prišel do nas in povedal, da se je nekaj zgodilo, se zgodi zelo redko. Nekaj novinarjev je zagnanih in to redno počnejo, večina pa ne.

Kaj je za vas integracija?

Malo več komunikacije. Hiša je res velika in je ogromno novinarjev, zato verjamem, da se je težko usklajevati, med seboj pogovarjati in obveščati, kaj kdo dela. A tega je premalo. Uredniki bi se morali med seboj več pogovarjati, ne pa da se šele ob 15.00 na uredniškem

sestanku dogovorijo, kam bodo določeni prispevki plasirani. Internet ima največjo obiskanost dopoldne, ko so ljudje v službah, in takrat bi se morala dogajati glavnina. Mi pa novice, ki jih novinarji pišejo za časopis, objavljamo popoldne.

Vendar se marsikaj dogaja popoldne.

To je res, določeni dogodki pa se zgodijo dopoldne, a mi novice dobimo šele popoldne, ker jo prej nihče ne pripravi. To je posledica starih navad dela, ker na *Delu* še vedno prevladuje starejša generacija novinarjev, ki so mnogo let tako delali. Verjamem, da se jim je težko navaditi na nove načine dela, a se bodo počasi morali.

Kako jih prisilit oziroma navaditi na takšno delo?

Verjetno bi jih bilo treba nekako stimulirati. Govorilo se je, da jim bodo v mesečno kvoto šteli tudi vrstice, ki jih napišejo za splet. Ampak se to ne izvaja. To je na strani vodstva. Tudi njim je v interesu, da internet dobro deluje. Brez interneta ne more preživeti noben časopis.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da tudi časopisni novinarji gredo na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Kako vidite to multimedijkost oziroma večveščinskost?

Ne bom rekla, da je potrebna. Mislim, da se na *Delu* to ne bo zgodilo. Novinarji so starejši, tehnika jim ni pri srcu. Mogoče bi se bilo treba organizirati tako, da bi časopisni in spletni novinar sodelovala. Ne predstavljam pa si, da bi vse to delala ena oseba. Časopisni novinarji tega ne bi bili pripravljeni storiti.

Kakšne bi bile prednosti in slabosti takšnega dela?

S tem bi se izognili situacijam, da se na istem dogodku pojavimo po trije novinarji iz iste hiše. S tem si namreč zbijamo verodostojnost. Poleg tega specialist za določeno področja lažje in hitreje naredi prispevek, krajšo različico za splet, daljšo pa za časopis, ne da bi se informacije ponavljale. Če gresta na isti dogodek dva novinarja, se lahko zgodi, da dobimo dva zelo podobna prispevka.

Nekateri novinarji pravijo, da jim takšno delo vzame preveč časa, da bi lahko informacije še preverjali in iskali druge vire. Kaj menite o tem argumentu?

Ne vem, če to drži. Dva klica po telefonu ti vzameta 15 minut. Razlog je v tem, da novinarji za takšno delo niso zainteresirani, ker jim to vzame dodaten čas in so navajeni, da napišejo zgolj prispevek za časopis.

Občutite, da imajo spletni novinarji za časopisne status podrejenosti ali podcenjenosti?

Zagotovo. Delno to razumem, ker so novinarji specialisti za področja in poznajo vse podrobnosti. Mi to nikoli ne bomo, saj smo prisiljeni na splošno poznati vsa področja. Vendar

bi lahko pokazali več spoštovanja, ker nekatere stvari delamo dobro in bi nas lahko bolj podprli. Glede na to, da so specialisti, bi nam lahko večkrat priskočili na pomoč in svetovali, ne pa da jih ni, ko jih rabiš, za kritiko pa so takoj trije v vrsti. Po eni strani verjetno vidijo v nas neko konkurenco, ali zaradi bojazni, da bi splet prevzel prednost pred časopisom, ali pa, da bi mi prišli delat za časopis.

Obstaja več oblik sodelovanja, denimo od pošiljanja prispevka po e-pošti, do tega da po telefonu ali SMS-sporočilih pošljejo informacije. Obstajajo še katere oblike sodelovanja?

Niti ne. Včasih nam je kdo dal kakšen namig, v smislu: Jutri se bo nekaj zgodilo, mi ne moremo iti, pojdite vi.

Katera od vseh oblik sodelovanja je najpogostejša?

Odvisno od novic. Ob zelo pomembnih novicah ponavadi obvestijo po telefonu s terena. To je zelo kratka informacija, ki se nato nadgrajuje. Manj pomembne informacije pa pošljejo po elektronski pošti, ko pridejo s terena.

Katera vrsta sodelovanja je najboljša?

Odvisno od vrste novic. Za nas je najbolje, da nam novinar hitro sporoči nekaj stavkov, ozadje pa še napišemo sami ali počakamo na preostale informacije.

Priloga Š: Intervju z Anžetom Božičem

Kako ste po uvedbi integriranega uredništva občutili spremembe produkcijske prakse in kakšne so te spremembe?

Ko smo bili fizično ločeni, nas ni nihče resno jemal, niti niso vedeli, kje smo in kdo smo. Glede tega se je precej spremenilo, saj mi nimamo časa delati avtorskih prispevkov. Imamo pa radi, da nam časopisni novinarji pošljejo svoje prispevke. To sodelovanje se je močno povečalo, ogromna razlika je. Zato imamo tudi kakovostnejši spletni portal.

Zakaj je spletna stran boljša?

Ker novinarji včasih pošljejo informacije po SMS-sporočilih, je ažurnost portala boljša. Ta pa je boljši predvsem vsebinsko; bolje je namreč imeti besedilo novinarja kot kopijo od agencije.

Torej opazate več avtorskih prispevkov na spletu?

Prej je bilo veliko več agencijskih prispevkov. Smo še daleč od idealnega, vendar je bolje.

Omenili ste pošiljanje prispevkov časopisnih novinarjev na splet. Katere so še druge oblike sodelovanja?

Nekajkrat se je zgodilo, da nam je časopisni novinar namignil, kje bi lahko našli kakšno zgodbo.

Kaj je za vas integracija?

Predstavljam si to, kar imamo na *Delu*. Velik prostor, v katerem je odprt pretok informacij.

Prej ste omenili, da bi bila ta integracija lahko še boljša. Kje vidite rezerve?

To je nagradno vprašanje. Še več SMS-sporočil s terena, še več namigov, kje se lahko najde zgodba.

Katere so slabosti integracije s časopisnimi novinarji?

Vprašanje zasebnosti. Mogoče imamo zdaj bolj slabo vest pogledati na Facebook ali prebrati časopis, ko imamo vedno nekoga za hrbtom.

Kdo so novinarji, ki sodelujejo z internetom? Ali jih je mogoče razvrstiti v skupine glede na spol, starost, redakcijo itd.?

Ne toliko na spol, starost in izobrazbo, kot na razumevanje novinarskega dela in sprememb v tem delu. Ni več tako, da ob prihodu s terena najprej premisliš in ob kavici predebatiraš, ampak je hitro treba napisati za splet. Nekateri novinarji to preprosto imajo, a ni nujno, da so za to bolj dovzetni mlajši.

Kako spodbujate časopisne novinarje, da bolj sodelujejo z vami?

Zelo preprosto – pritiskam nanje. Zjutraj imamo skupen kolegij o dnevnem poteku dela. Potem opomnim novinarja, ali mi lahko pošlje povzetek. Velikokrat se zgodi, da pozabijo.

Kaj je prinesla udeležba spletnih novinarjev na jutranjih sestankih s časopisnimi novinarji?

Več preglednosti, imamo več informacij, kaj se tisti dan pričakuje, kaj utegne biti velika zgodba, čemur tudi na internetu damo poudarek. Daleč od tega, da bi bili mi izkušeni novinarji, tako da so ti sestanki tudi usmeritev za nas. Pa seveda priložnost za pritisk, da sodelujejo z nami.

Kakšna sta usposobljenost in pripravljenost časopisnih novinarjev za delo za splet?

Usposobljeni so, saj ni nič drugače kot pri pisanju za časopis, le hitrejši je treba biti. Pripravljenost pa je druga stvar. Novinar časopisa ni z ničimer stimuliran za delo za splet, kar bi bilo treba urediti.

Občutite, da imate spletni novinarji status podrejenosti za časopisne novinarje?

S tem bi se strinjal. Ravno z integracijo smo vsem na očeh. Vedo, da smo tam. Delamo napake, kot vsi, a velikokrat slišimo neupravičene kritike. Označili so nas tudi za redakcijo genialcev.

Ironično?

Tako je. Zagotovo je razlika med nami, tudi v kakovosti. Ne more biti čisto vsak časopisni novinar, pri nas pa lahko dela skorajda vsak.

Katere prispevke, glede na žanr, pomembnost, teme ..., naj časopisni novinarji pošiljajo na splet?

Naša spletna stran za zdaj nima konceptualne usmeritve. Vse lahko konča na spletu. Vendar je vprašanje, ali hočeš imeti na spletu bolj kakovostne prispevke, ki bodo morda imeli manjšo branost, a se bo v komentarjih razvila bolj tehtna debata, ali pa hočeš imetina njem vse. Zaenkrat je vse.

Na podlagi katerih dejavnikov pa se novinarji odločajo v praksi?

Razumem, da če imaš neko zgodbo, je ne daš takoj na splet, ampak počakaš na časopisno izdajo. Sicer delaš časopisu finančno škodo.

To so ekskluzivne zgodbe?

Tako je, to mi objavimo naslednji dan.

Kaj pa, kadar jo objavite pozno zvečer?

Jaz sem bolj zagovornik objave na spletu naslednji dan. Če pa že en dan prej, pa krajšo verzijo. A to ni preveč priljubljeno med bralci.

V nekaterih tujih integriranih redakcijah je sistem dela organiziran tako, da tudi časopisni novinarji gredo na teren zbirat gradivo z videokamerami, fotoaparati, zmogljivimi telefoni ... Na *Delu* tega ni. Kako vidite to multimedijškost oziroma večveščinskost?

Tega na *Delu* ne bi smelo biti. Imamo namreč profesionalne fotografe, zakaj bi torej fotografiral novinar. Vendar so dopisniki že »one man band«. Ali bo šlo v to smer? Verjetno.

Zakaj?

Glede na to, da se obeta zmanjševanje stroškov, bi bila to logična posledica.