

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Žana Vidmar

Uporaba digitalnih platform pri lokalnih medijih – primer Gorenjski glas

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Žana Vidmar

Mentor: izr. prof. dr. Marko Milosavljević

Uporaba digitalnih platform pri lokalnih medijih – primer Gorenjski glas

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

## **UPORABA DIGITALNIH PLATFORM PRI LOKALNIH MEDIJIH – primer Gorenjski glas**

Lokalni mediji za razliko od množičnih pokrivajo dogajanje z manjšega geografskega področja in so usmerjeni v ožjo ciljno publiko. Čeprav branje časopisov in z njim povezane naklade po vsem svetu strmo padajo in se selijo na digitalne platforme, pa to ne velja za lokalne časopise, ki so bralcem v klasični obliki še vedno zanimivi. Uredniki se sicer zavedajo, da je prilagajanje tovrstnim tehnološkim spremembam vsekakor neizbežno, a trenutno še nepotrebno. Na primeru Gorenjskega glasa sem namreč analizirala uporabo njihove digitalne platforme, pri čemer sem raziskovala predvsem razlike med tiskanimi in spletnimi prispevki ter omejitve uporabe digitalne platforme. Za analizo sem uporabila analizo besedila in poglobljena intervjuja, pri čemer se je pokazalo, da med spletnimi in tiskanimi prispevki skorajda ni razlik, saj so glavne značilnosti spletnih objav zelo redko upošteevane. Hiperpovezav ni nikakršnih, interakcija med novinarji in bralci je izjemno šibka, multimedija pa je v izjemnih primerih podkrepljena z nekaj dodatnimi fotografijami. Glavna omejitev digitalne platforme Gorenjskega glasa se je izkazala v finančnem problemu, saj sama spletna stran časopisni hiši trenutno predstavlja zgolj strošek.

**Ključne besede:** lokalni mediji, spletni mediji, tiskani mediji, značilnosti spleta, Gorenjski glas.

## **THE USE OF DIGITAL PLATFORMS IN LOCAL MEDIA – Gorenjski glas case**

Local media unlike mass media are covering events from a smaller geographic areas and are aimed at a narrower target audience. While reading newspapers and related circulation worldwide drop sharply and migrate to a digital platform, this does not apply to local newspapers that readers in the classical form still are interested in. Editors otherwise aware that this type of adaptation to technological change is certainly inevitable, but currently unnecessary. In this paper I analyzed using the digital platform of local media Gorenjski glas, where I researched the difference between printed and online contributions, and restrictions on the use of digital platforms. Two methods were used - the text analysis and in-depth interviews, which showed that between online and printed contributions there are almost no difference. The main features of online publications are rarely taken into account. There is no hyperlinks, the interaction between journalists and readers is extremely weak, and multimedia, is in exceptional cases, supported by some additional photos. The main limitation of digital platform of Gorenjski glas lies in financial problem as the web site itself currently represents absolutely no profit to Gorenjski glas.

**Key words:** local media, online media, print media, online features, Gorenjski glas.

## KAZALO

1	UVOD.....	6
2	LOKALNI IN REGIONALNI TISK .....	9
2.1	Utemeljitev pojma lokalno v Sloveniji .....	9
2.2	Utemeljitev pojma regionalno v Sloveniji.....	11
2.3	Lokalni tiskani mediji .....	12
2.4	Regionalni tiskani mediji.....	14
2.5	Razvoj tiskanih časopisov v Sloveniji .....	15
2.6	Razvoj regionalnega časopisa na Gorenjskem.....	17
3	TISKANI MEDIJI NA SPLETU .....	18
3.1	Mediji na spletu .....	18
3.2	Konvergenca v novinarstvu.....	20
3.3	Konvergenca v lokalnih medijih.....	22
3.4	Lokalni mediji na spletu .....	23
3.5	Ekonomski vidik spletnega objavljanja .....	24
4	ZNAČILNOSTI SPLETNIH PRISPEVKOV .....	25
4.1	Hipertekstualnost .....	27
4.2	Interaktivnost.....	28
4.3	Nelinearnost .....	28
4.4	Multi medijalnost.....	30
5	RAZISKAVA.....	31
5.1	Raziskovalni vprašnji .....	31
5.2	Metodologija za prvo raziskovalno vprašanje .....	32
5.3	Metodologija za drugo raziskovalno vprašanje.....	32
5.4	Analiza prispevkov .....	33
5.4.1	Analiza prispevkov z dne 17. 2. 2017 .....	33
5.4.2	Analiza prispevkov z dne 21. 2. 2017 .....	36
5.4.3	Analiza prispevkov z dne 24. 2. 2017 .....	39
5.4.4	Analiza prispevkov z dne 28. 2. 2017 .....	42
5.4.5	Analiza prispevkov z dne 3. 3. 2017 .....	45
5.4.6	Analiza prispevkov z dne 7. 3. 2017 .....	48
6	UGOTOVITVE.....	51
6.1	Prvo raziskovalno vprašanje .....	51

6.2	Drugo raziskovalno vprašanje.....	52
7	SKLEP IN ZAKLJUČEK.....	55
8	LITERATURA.....	58
	PRILOGE.....	64
	PRILOGA A: Intervju z odgovorno urednico Gorenjskega glasa Marijo Volčjak.....	64
	PRILOGA B: Intervju s spletno urednico Ano Volčjak .....	67

# 1 UVOD

Novice, s katerimi se obvešča javnost, so javna dobrina z dveh vidikov. Prvič, s političnega vidika novice prispevajo k temu, da družba dobro deluje, saj omogočajo javnosti, da ji vlada in druge institucije odgovarjajo za svoja dejanja. Drugič, novice so javna dobrina v smislu uporabe tega koncepta v ekonomiji, saj se jih nikoli ne more »porabiti« (Starr 2013, 196).

Digitalizacija je verjetno najbolj prizadela časopise, saj jim naklade že vrsto let nenehno padajo. Tri četrtine prebivalcev zdaj redno uporablja internet, in čeprav upada naklad ni mogoče v celoti pripisati selitvi bralcev na splet, vse kaže, da se časopisi v dogledni prihodnosti ne bodo izkopali iz tovrstnih težav (Milosavljevič in Kerševan Smokvina 2012).

Nekateri so mnenja, da časopisi v tiskani obliki ne bodo preživeli. Morda se s trditvijo ne strinjam v celoti, menim pa, da se bodo časopisi nedvomno morali prilagoditi hitremu tehnološkemu napredku, spremembam načina življenja ljudi in njihovih vrednot. Bržkone velja, da lokalni mediji slonijo na tradiciji, a tudi njihove naklade se ravno ne vzpenjajo, zato menim, da bo tudi njih slej ko prej čas dohitel in jih stisnil v kot k prilagajanju spremembam. Čeprav so v tujini s poskusi »hiperlokalnih« novic že skušali reševati potapljanje lokalnih medijev, zaenkrat tovrsten način še ni našel svoje prave poti.

A lokalni in regionalni mediji so zaradi specifičnih vsebin, ki jih zagotavljajo lokalnim skupnostim, zelo pomembni in velikokrat podcenjeni v slovenskem medijskem prostoru. Njihovo vlogo in pomen, ki bi ga morali imeti v slovenskem medijskem prostoru, se zanemarja in podcenjuje (Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport 2013). Zaradi tega bom v magistrski nalogi skušala podrobneje spoznati delovanje regionalnega časopisa Gorenjski glas in ugotoviti, kaj zanj kot za lokalni medij pomeni digitalizacija. Ker Gorenjski glas izhaja dvakrat na teden, uredništvo pa prispevke nato z zamikom objavlja na spletu, bom raziskovala uporabnost digitalne platforme pri navedenem mediju.

V magistrski nalogi bom preučevala tiskane in spletne izdaje Gorenjskega glasa. Za regionalno glasilo sem se odločila zato, ker je njegova naklada precej stabilna že kar nekaj let in ker Gorenjski glas sodi med glavne vire informacij v lokalnem okolju (Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport 2013).

Običajno je cilj množičnih medijev doseči čim večji trg ljudi. Za razliko od lokalnih pa v množičnih medijih ni mogoče najti novic, ki bi se dotikale prav najožjih družbenih skupin,

razen če gre za izrazito negativno (Urbančič 2012, 8). Lokalni oz. regionalni mediji tako pokrivajo precej manjše področje in so usmerjeni v precej manjšo ciljno publiko, ki jo zanima predvsem dogajanje na regionalnem področju, njihova osnovna naloga pa je seznanjanje bralcev z dogajanjem na prostoru, ki ga pokrivajo (Šubic 2008, 6). Ena najpomembnejših vlog lokalnih medijev je njihova sposobnost, da v lokalno skupnost prenašajo različne poglede in stališča posameznih interesnih skupin, hkrati pa osvetlujejo in dvigajo zavedanje o skupnih interesih lokalne skupnosti (Nicodemus 2004, 161).

Med lokalnimi mediji pa ima posebno, prav specifično vlogo lokalni tisk, ki se v nekaterih pogledih precej razlikuje od elektronskih medijev. Dorničeva v svojem magistrskem delu (Dornič 2014, 24) tako navaja, da so časopisi mnogo več kot zgolj kanal za posredovanje in razširjanje sporočil, saj naj bi ustvarili javnost in tako nepovezana lokalna mnenja povezali v nacionalna. Za razliko od interneta, kjer pogosto ni uredniške politike, pa tudi ne nekoga, ki bi odgovarjal za objavljeno informacijo, časopisi brez odgovornega urednika ne morejo izhajati (Dornič 2014, 22). Razlike pa se kažejo tudi v sami produkciji novic. Medtem ko so po Morrisovih raziskavah vstopni stroški produkcije in stroški distribucije pri tisku visoki, so pri elektronskih medijih nizki, razlike pa se kažejo tudi v ciljnem občinstvu, ki je pri tisku ožje kot pri spletu, visoka fleksibilnost formata pa je za razliko od spleta pri tisku nizka (Morris 1996, 39-50). Regionalni časopisi se od lokalnih razlikujejo po tem, da pokrivajo več občin, pogosto pa že njihovo ime pove, katero območje v državi pokrivajo. V Sloveniji sicer še nimamo regij, vendar iz imen naših regionalnih časopisov lahko sklepamo, katero območje pokriva posamezni regionalni časopis (Dornič 2014, 10).

Ob tem je treba sicer opozoriti tudi na naš izraz regionalni časopis, ki »ni primerljiv s tistim, ki se uporablja v državah EU, saj imajo tam regionalni časopisi, še posebej, če upoštevamo tudi njihove lokalne edicije, pogosto višjo naklado kot nekateri nacionalni - takšni so npr. Nord Ovest v Franciji ali Corriere della sera v Italiji (Predlog Zakona o spremembah in dopolnitvah zakona o medijih 2004, 3).

V magistrski nalogi želim v luči digitalizacije medijev ugotoviti, kaj to pomeni za lokalni medij in se pri tem opiram na dve raziskovalni vprašanji. Prvo vprašanje se nanaša na značilnosti objav na spletu, zato sem si ga postavila sledeče: Kakšne strategije uporablja Gorenjski glas pri spletnem objavljanju prispevkov? Kawamoto je namreč izpostavil šest karakteristik, značilnih za splet - hipertekstualnost, interaktivnost, nelinearnost, multimedijalnost, konvergenco in personalizacijo (Kawamoto 2003, 4), Dahlgreen pa je dodal še arhivskost (Dahlgreen 1996, 64). Drugo vprašanje pa zadeva omejitve na spletu, saj sta Chyi in Lewis v svoji raziskavi ugotovila,

da medtem ko tiskani časopisi uživajo v položaju monopola v njihovi lokalni skupnosti, to ne velja za spletne edicije, ki se morajo boriti za slehernega bralca (Chyi in Lewis 2009), zato je vprašanje zastavljeno sledeče: Kakšne so omejitve lokalnih medijev na spletu?

Na prvo raziskovalno vprašanje bom skušala odgovoriti s pomočjo analize besedila, ki jo Babbie (Babbie 2007, 378) definira kot neštevilčen pregled in interpretacijo opazovanja za namene odkrivanja osnovnih pomenov. Metoda se osredotoča na vzorce ali oblike, ki se pojavljajo v podatkih, vključno s predhodnimi in posledičnimi vzorci (Kordeš in Smrdu 2015, 27). Pri tekstovni analizi bom osredotočena na to, kako je posamezna tema obravnavana v tiskani in spletni verziji, pri čemer se bom osredotočila na glavne tri karakteristike objavljanja na spletu: hipertekstualnost, multimedijalnost in interaktivnost.

Na drugo raziskovalno vprašanje bom skušala odgovoriti s poglobljenimi intervjuji odgovorne urednice časopisa in spletne urednice, preko katerih bom dobila vpogled v produkcijske prakse in procese digitalizacije ter uredniške odločitve pri analiziranem mediju. Poglobljeni intervjuji omogočajo zbiranje informacij preteklih dogodkih, podajo pa informacije o stališčih, vedenju in motivih intervjuvanca (Burns 2000, 13). Pri tej metodi ima intervjuvanec proste roke o tem, kaj bo povedal in lahko proizvede informacijo, ki je za izpraševalca nepričakovana (Willis 2005, 53). Pomanjkljivost metode pa je v tem, da intervjuvanec na vprašanje odgovori zgolj po spominu, brez kompleksne strategije, njegovo mnenje pa je lahko polno predsodkov in pristranskosti (Willis 2005, 53–55).

Magistrska naloga je sestavljena iz petih poglavij. Začne se s teoretskim ogrodjem razlage razlik med regionalnim in lokalnim, ki sprva zajema razlago pojmov, nato pa se usmeri še na razlago lokalnega in regionalnega tiska, pri čemer naj bi bila glavna razlika v tem, da se v regionalnih medijih redno pojavljajo tudi novice nacionalnega pomena, medtem ko se v lokalne medije le težka prebijejo.

Tretje poglavje se nato osredotoči na digitalizacijo in spletno objavljanje, kjer v začetnih točkah navajam in povzemam načine prilagajanja tiskanih medijev spletu, nato pa se poglavje osredotoči na lokalne medije na spletu in težave, s katerimi se soočajo. Lokalni mediji so namreč s pojavom interneta začeli usihati. Nekoč so ljudje svoje dejavnosti oglaševali na lokalnih medijih, danes pa so se zadeve obrnile, saj sta Facebook in Google polna reklam, s čimer lokalni ljudje podpirajo multinacionalne mogotce, lokalno novinarstvo pa je prepuščeno sebi.



V četrtem poglavju so navedene in razložene značilnosti spletnega objavljanja, pri čemer sem pod drobnogled vzela štiri karakteristike in jih natančneje opisala. Različni avtorji so navajali različne karakteristike prispevkov, objavljenih na spletu, a vsem so skupne: hipertekstualnost, multimedijalnost, interaktivnost, nelinearnost in ažurnost.

Peto poglavje zajema empirični del magistrske naloge, kjer sem s primerjavo tiskanih in spletnih prispevkov raziskovala značilnosti objav na spletu, osredotočena na hipertekstualnost, multimedijalnost in interaktivnost. Nato pa sem z opravljenimi intervjuji odgovorne in spletne urednice skušala še ugotoviti, kakšne so omejitve lokalnega medija na spletu.

## **2 LOKALNI IN REGIONALNI TISK**

### **2.1 Utemeljitev pojma lokalno v Sloveniji**

Lokalna samouprava je ključni element v političnem sistemu (evropske) liberalne demokracije (Stoker v Brezovšek in Haček, 193) in je civilizacijska pridobitev ter teoretična in praktična sestavina vseh sodobnih demokratičnih političnih sistemov. Vlaj trdi, da sicer obstaja toliko opredelitev pojma, kot je avtorjev (Vlaj 2006, 15), a najpreprostejša naj bi bila po Brezovšku in Hačku ta, da je to tista raven oblasti oziroma vladanja, ki je najbližja državljanom oziroma občanom, tako da ima nalogo zastopati pomen in stališča lokalnosti (Brezovšek in Haček, 193).

Za lokalno samoupravo je značilno, da vsebuje teritorialni element (lokalno skupnost), funkcionalni element (svoje lastno delovno področje), organizacijski element (opravljanje nalog), materialno-finančni element (lastna sredstva), pravni element (lastnost pravne osebe) in lokalno zavest (Vlaj 2006, 15). Izhodišče za oblikovanje nove lokalne samouprave so lokalne skupnosti, saj je lokalna skupnost neposredna in dejanska podlaga lokalne samouprave. Lokalna skupnost tako ni pravni pojem, ampak družbeni pojav, ki obstaja neodvisno od naše normativne volje (Vlaj 2006, 17).

Brezovšek trdi, da je ideja lokalne samouprave plod na zahodu razvite ideje federalizma, ki ima svoje korenine v angleški Magni Carti iz leta 1215, ki je omejevala kralja v njegovi centralni avtoriteti, čeravno je tudi lokalno oblast imenoval in odstavljaj sam (Brezovšek 2005, 6). Kot nadaljuje, naj bi takšna decentralistična ureditev kasneje pripomogla k demokraciji, zato naj bi bila ravno lokalna samouprava zibelka demokracije (Brezovšek 2005, 6).

Sodobna pravna ureditev na Slovenskem je bila sicer vpeljana že v obdobju Avstro-Ogrske, saj so že prej uvedenim občinam dodali okrajna glavarstva in deželna namestništva. Upravna

ureditev je tako imela pet stopenj, in sicer po hierarhiji: najmanjše so bile občine, sledili so sodni oz. davčni okraji, politični okraji, dežele, največja pa je bila država (Ivanič 2001, 62).

Na območju Slovenije je bila lokalna samouprava uvedena že sredi prejšnjega stoletja z avstrijskim začasnim zakonom o občinah, ki ga je podpisal cesar leta 1849 (Brezovšek in Haček 2012, 198). Zakonodajno urejanje lokalne samouprave se je ves čas spreminjalo, do pomembnih sprememb v državnopravni ureditvi pa je prišlo takoj po prvi svetovni vojni, ko je bil v Sloveniji ustanovljen narodni svet kot organ predstavljanja političnih interesov Slovencev (Brezovšek in Kukovič 2012, 98). Začetek novega obdobja v razvoju občinske samouprave na Slovenskem je pomenil sprejem Zakona o občinah leta 1933 in Zakona o mestnih občinah, sprejetega leto kasneje (Brezovšek in Kukovič 2012, 102).

V Zakonu o občinah iz leta 1933 so občine opredeljena kot naravna in gospodarska enota, ki obsega določen del ozemlja in mora imeti najmanj 3.000 prebivalcev, izjemoma manj. Zakon je določal, da se občine lahko združijo, predviden pa je bil tudi nastanek novih občin z razdelitvijo prejšnjih in izločitev krajev iz ene občine ter priključitev k drugi (Brezovšek in Kukovič 2012, 102).

Pomembno prelomnico v teritorialni razdelitvi Slovenije je pomenilo leto 1952, ko je bil sprejet Zakon o razdelitvi LR Slovenije na mesta, okraje in občine, s čimer je bil na novo uveden pojem in institucija občine v sistem lokalnih teritorialnih enot (Brezovšek in Kukovič 2012, 106).

Kot navajata avtorja, je nova ustava iz leta 1974 določala, da je temeljna teritorialna enota občina, katere položaj je bil opredeljen kot samoupravna in temeljna družbenopolitična skupnost, ki temelji na samoupravljanju in oblasti delavskega razreda in vseh delovnih ljudi (Brezovšek in Kukovič 2012, 111).

Po osamosvojitvi Republike Slovenije je bilo uvajanje lokalne samouprave eno izmed najpomembnejših in najzahtevnejših nalog v novi državi, saj je šlo pri tem za korenito spremembo dotedanje samoupravne-komunalne ureditve v smeri »klasične lokalne samouprave« evropskega tipa (Brezovšek in Kukovič 2012, 113). Leta 1995 so nato začele delovati teritorialno spremenjene občine z novo vsebino in novimi organi. O lokalni samoupravi lahko govorimo le, kadar prebivalci lokalne skupnosti upravljajo z lokalnimi zadevami na podlagi posebnega pravnega položaja lokalne skupnosti (Vlaj 2006, 16). Enako navajata tudi Brezovšek in Kukovič, saj mora država lokalnim skupnostim priznati pravni obstoj, jim podeliti pravico odločati o določenih vprašanjih, v katera se sama ne vmešava, in jim zagotoviti potrebna sredstva za urejanje teh zadev (Brezovšek in Kukovič 2012, 118). Enako velja tudi po

Zakonu o ratifikaciji Evropske listine lokalne samouprave (MELLS), po katerem lokalna samouprava označuje pravico in sposobnost lokalnih oblasti, da v mejah zakona urejajo in opravljajo bistveni del javnih zadev v okviru svojih nalog in v korist lokalnega prebivalstva.

## **2.2 Utemeljitev pojma regionalno v Sloveniji**

Pojem regije izvira iz latinske besede »regio, regionis«, kar se nanaša na okoliš, predel, območje, pokrajino ali kraj (Verbinc 1997, 368). Pri pojmovni opredelitvi regije v prostoru Evropske unije ne gre za strogo določene definicije, je pa po zapisih Vlaja (Vlaj 1998, 21) regija vmesno območje med državo in občinami, v katerem se pojavljajo aktualne potrebe, kot so gradnja in vzdrževanje lokalnih cest regionalnega pomena, oskrba z vodo in energijo idr., ki jih je treba upoštevati in zadovoljevati.

Pečarjeva navaja delitev regij na normativne, analitične in funkcionalne regije. Označba na normativne regije se opira na normativne kriterije, ki so določeni. Meje regij so načrtane na osnovi nalog, ki jih opravljajo teritorialne enote in so pogojene s številom prebivalcev, potrebnih za ekonomično in uspešno izvajanje le-teh (Pečar 2005, 13–14).

V razpravi o lokalni samoupravi v Republiki Sloveniji sta sicer ves čas prisotni dve nasprotni struji, centralistična in regionalistična. Najbolj sporna točka pa je po zapisih avtorjev ravno regionalizem, pri čemer ne gre za vprašanje za pokrajine ali proti njim, temveč za vprašanje enotirnega ali dvotirnega upravnega sistema ter števila in sedežev pokrajin (Brezovšek in Haček 2012, 197–201).

V skorajda vseh evropskih državah obstajajo poleg občin tudi širše lokalne samoupravne skupnosti, ki delujejo na širšem teritorialnem območju, in sicer takšnem, ki obsega vsaj dve ali več občin (Brezovšek in Haček 2012, 205). Kot ugotavlja Vlaj tudi za Slovenijo (Vlaj 1998, 23), se pri nas za širšo samoupravno lokalno skupnost pogosto uporablja pojem regije in pokrajine in gre v bistvu za njuno izenačenje, tako da naj bi tudi v Sloveniji izvajali lokalno samoupravo na dveh ravneh, v občinah in v pokrajinah, tako kot je v veliki večini evropskih držav.

Po njegovem mnenju tako govorimo o regionalizaciji Slovenije in pri tem mislimo na vzpostavitev pokrajin kot širših samoupravnih lokalnih skupnosti, kjer je pokrajina posebna vrsta lokalne skupnosti z vsemi atributi avtonomije – podobno kot občina (Vlaj 1998, 23).

Čeprav se je proces regionalizacije Slovenije začel že kmalu po osamosvojitvi, se je izkazal za vse prej kot enostavno nalogo. Po mnenju Vrišerja sicer naravno in družbeno-geografsko zelo pestro in neenotno slovensko ozemlje naravnost vodi k členitvi na pokrajine, po drugi strani pa se ob tem zastavljajo vprašanja in pomisleki, tako da noben dosedanji primer regionalizacije Slovenije ni bil povsem zadovoljiv in ni dobil vsestranske javne ali strokovne podpore (Vrišer 1998, 131)

A pogost razlog v prid potrebi po takojšnji regionalizaciji Slovenije je tudi vedno večja stopnja centraliziranosti države, saj se je reforma o lokalni samoupravi večinoma ukvarjala z ustanavljanjem oziroma preoblikovanjem občin, kar se je v praksi pokazalo v tem, da smo iz nekaj nad 60 občin prišli na današnjih 212 s težnjo po povečevanju (Brezovšek in Haček 2012, 208–209).

Reforma je sicer popolnoma zanemarila povezovanje na regionalni ravni, a kljub temu velja pripomniti, da po mnenju večine strokovnjakov kažeta razvoj lokalne samouprave od osamosvojitve naprej in pretirana centralizacija nalog na potrebo po krepitvi moči občine v razmerju do države ravno prek pokrajine kot druge ravni lokalne samouprave (Brezovšek in Haček 2012, 208).

V Sloveniji imamo sicer dvanajst statističnih regij (SURSTAT 2016) in se uporabljajo zlasti za potrebe statističnih raziskovanj. V okvir statističnih regij pa so razvrščene tudi občine (Vlaj 1998, 24).

### **2.3 Lokalni tiskani mediji**

Regionalni časopisi se od lokalnih razlikujejo po tem, da pokrivajo več občin (Dornič 2014, 10), a po svetovnih kriterijih je glede na naklado ves tisk v Sloveniji lokalni tisk (Splichal v Dornič 2010). Čeprav so lokalni mediji med novinarji manj cenjeni kot nacionalni (Sorlin 1994, 128), pa osrednji komunikacijski kanal za obveščanje javnosti v lokalni skupnosti še vedno predstavljajo ravno lokalni in regionalni mediji (Vlaj 1998, 17), ki jih Crookes in Vittet-Philippe vidita kot osnovni temelj za grajenje regionalne zavesti, in to ne le v kulturnem, temveč tudi v ekonomskem smislu (Crookes in Vittet-Philippe 1986, 4).

Raziskave o lokalnem novinarstvu in lokalnih medijih, izvedene v 70-ih letih, so to področje opisovale kot relativno stabilen svet, ki se že vse od 50-ih let ni bistveno spreminjal, a v novem tisočletju so lokalni mediji po mnenju avtorja lokalni le še v imenu (Franklin 1998).

Za lokalni časopis je sicer značilno, da je omejen predvsem na manjše geografsko območje, na lokalno skupnost (navadno občino), v kateri se je pokazala potreba po informiranju o dogodkih, ki jim nacionalni mediji ne namenjajo dovolj ali nikakršne pozornosti (Pregelj 1995, 45), zato občinstvo od lokalnih medijev pričakuje pokritost dogodkov, ki zadevajo njihovo regijo (Šubic 2008, 13), čemur pritrjuje tudi Cox, ki pravi, da ljudje na vsak način pričakujejo pokritost dogodkov lokalnega pomena (Cox 2016).

S tem se strinja tudi Hafnar z rezultati raziskav, ki so v širšem slovenskem prostoru ugotavljale, kateri mediji bi morali po mnenju občanov poročati o najrazličnejših problemih njihovega neposrednega okolja. Občani namreč pričakujejo, da morajo o problemih družbenih vsebin na prvem mestu poročati krajevna, občinska in regionalna glasila, precej manj pa osrednja oziroma nacionalna glasila (Hafnar 1987, 25).

In čeprav morda o enakih zgodbah poročajo tako nacionalni kot lokalni mediji, pa Pew Research Center ugotavlja, da je razlika v njihovem poročanju precejšnja, saj naj bi po njihovih raziskavah regionalni in lokalni mediji poročali bolj neposredno in se pri tem naslanjali na dejstva, medtem ko nacionalni mediji poročajo precej bolj interpretativno (Pew Research Center 1998).

Čeprav branje časopisov po vseh državah, še posebej pa med mladimi, upada (Aldridge 2007, 33), pa Dorničeva meni, da bodo lokalni časopisi vedno zanimivi za bralce, saj obravnavajo teme, ki se ljudi dotikajo vsak dan in bistveno vplivajo na njihovo življenje (Dornič 2009). Podobno ugotavlja tudi Shaker, ki meni, da je najbolj intuitiven razlog za spremljanje lokalnih novic ravno lasten interes. Ljudje, ki plačujejo davke, uporabljajo komunalne storitve in otroke vpisujejo v javne šole oziroma vrtce, morajo razumeti in spremljati politiko njihove lokalne samouprave (Shaker 2016).

Da so lokalne novice občanom pomembne, v svoji raziskavi ugotavljata tudi Hargreaves in Thomas, ki trdita, da prebivalce tako zanimajo informacije o stanovanjski, kriminalni, izobraževalni in oskrbovalni problematiki (Hargreaves in Thomas 2002, 65).

Tako Hafnar navaja nekaj prednosti, ki jih ima lokalni tisk pred nacionalnim in zaradi katerih je lahko mnogo bližji potrebam in interesom delovnih ljudi in občanov v neposrednem okolju. Ker lokalni tisk informacijsko pokriva ožje družbene skupnosti, se lahko neposredno vključuje v družbeno, politično, gospodarsko in kulturno življenje (Hafnar 1987, 25).

Čeprav Ewart navaja raziskave o branosti, ki so potrdile, da novinarji tako regionalnih kot nacionalnih medijev slabo poznajo svoje bralce, ki jih pre pogosto zamenjujejo z javnostjo (Ewart 2000, 3), pa po mnenju Dorničeve (Dornič 2009) lokalni mediji ljudi bolje poznajo, se zato zanje lažje potegnejo in jim tako rekoč zlezejo pod kožo. Čeprav morda nekateri občani vseeno ne izkazujejo zanimanja za lokalne novice, pa Shaker trdi, da se le-tega da vzpodbuditi s čustveno noto. Navezanost na domače okolje je namreč lahko ključna pri spodbujanju zanimanja za lokalne novice (Shaker 2016).

#### **2.4 Regionalni tiskani mediji**

Regionalni časopisi so se v Sloveniji pojavili kot ena izmed potreb po informiranju in sporazumevanju v širši lokalni skupnosti. Njihova osnovna naloga je seznanjanje bralcev z dogajanjem na prostoru, ki ga pokrivajo, torej o stvareh in dogodkih, o katerih nacionalni mediji navadno ne poročajo (Šubic 2008, 14).

Kot ugotavlja Pregelj (Pregelj 1995, 44), je glavna razlika med regionalnimi in lokalnimi mediji ravno ta, da se v regionalnih medijih redno pojavljajo tudi novice nacionalnega pomena, medtem ko se v lokalne medije le stežka prebijejo.

Regionalni časopisi, po ugotovitvah Ewarta, oblikujejo identiteto ljudi, saj so medijski diskurzi, ki so prikazani kot neposredna refleksija javnosti, največkrat proizvedeni s strani novinarjev ali pa manjših elitnih skupin ljudi (Ewart 2000, 2). V svojih ugotovitvah gre Meadows še dlje, saj naj bi regionalni mediji občanom ne le namigovali, kakšni bi morali biti, temveč tudi, kako naj bi podoživljali posamične dogodke. V takšni vlogi naj bi regionalni mediji povezovali ljudi v družbeno kolektivno javnost, s tem pa opravljali ključno vlogo kulturne ustanove. (Meadows 1998, 1)

A tako kot imajo težave z naklado nacionalni tiskani časopisi, se z enakim problemom soočajo tudi regionalni časopisi. Kot ugotavlja Aldridge, so težave z naklado vsekakor povezane tudi z družbenimi spremembami (Aldridge 2007, 34). Ker je dela v tovarnah vedno manj in s tem tudi ustaljenega urnika, se sprememba v fleksibilnem delovniku kaže tudi pri časopisnih navadah ljudi. Upadanje lika moškega kot tistega, ki edini finančno skrbi za družino, se pozna na prebiranju časopisov, saj so moški nekoč po prihodu domov, med čakanjem na večerjo prebirali časopis (Aldridge 2007, 35). V duhu upadanja pripadnosti časopisom Bardoel ugotavlja (Bardoel 2002, 505), da se povprečni čas, ki ga bralci namenijo časopisu, krajša, poleg tega pa internet prevzema pomemben delež oglaševalcev. In čeprav si danes ljudje težko vzamejo čas

za prebiranje časopisov, pa kljub temu urednik časopisa Kent Messenger trdi, da pri ljudeh vseeno ostaja hrepenenje po lokalnih novicah (Aldridge 2007, 35).

Poleg geografske omejenosti regionalnih časopisov jim je skupna tudi pogostost izhajanja. Kot ugotavlja Šubic (Šubic 2008, 14), gre največkrat za tedenske ali poltedenske časopise, zaradi česar trpi informativna vrednost, ažurnost in aktualnost upovedovanja.

## **2.5 Razvoj tiskanih časopisov v Sloveniji**

Za prvi slovenski časopis veljajo »Ljubljanske novice«, ki so izhajale med letoma 1797 in 1800 najprej dvakrat na teden ob sredah in sobotah, od julija 1798 le ob sobotah, pisal in urejal pa jih je Valentin Vodnik, ki je časnik zastavil kot poročanje o svetu, prehod iz oikosa v mundus (Nežmah 2012, 17–20). O prenehanju izhajanja časnika se je pojavilo več interpretacij (Nežmah 2012, 26), med drugim tudi ta o finančnem zlomu in o prekratkem dometu časnika med Slovenci zunaj Kranjske.

Z ustanovitvijo Ilirskih provinc se je v slovenskih deželah pojavil nov časopis »Telegraph Officiel«, za katerega so oglaševali, da bodo v njem objavljene uradni razglasi, prevodi francoskih in drugih besedil, ki bi mogli okrepiti in pomnožiti pamet bralcev (Nežmah 2012, 28). Po navedbah avtorja naj bi prva številka izšla v francoščini ter italijanščini in v uvodu sporočila naročnikom, da na začetku ne bo natisnjena v vseh jezikih, ki so bili napovedani (Nežmah 2012, 28). Zgodovinarji sicer sklepajo, da v slovenščini ni nikdar izhajal, bil pa je tiskan v Ljubljani, in to predvsem zato, ker je bil namenjen in pisan za prebivalce Ilirskih provinc, torej v veliki meri za slovensko prebivalstvo (Nežmah 2012, 28–29).

A Slovenci praktično od zatona »Lublanskih novic« konec leta 1800 do pojavitve »Kmečkih in rokodelskih novic« leta 1843 niso imeli časopisa. Kultura rituala časopisnega branja sicer ni kar za pol stoletja izpuhtela, saj je medtem v Ljubljani izhajal časnik v nemškem jeziku »Laibacher Zeitung« (Nežmah 2012, 33), se je pa naslednji slovenski časopis resda pojavil šele čez dobra štiri desetletja, ko so pod taktirko Janeza Bleiweisa začele izhajati »Kmetijske in rokodelske novice«. Namenjene so bile slovenskim kmetom, obrtnikom in rokodelcem, pa tudi izobražencem in duhovščini (Amon 2008, 11). Kot edini časopis v predmarčni dobi so naglo prerasle v splošnoizobraževalno in narodno glasilo, ki je po razširjenosti in vlogi desetletja veljal za osrednji časopis na Slovenskem (Merljak Zdovc 2007, 53).

Slovensko kulturno in politično življenje se je v drugi polovici 19. stoletja odvijalo predvsem v čitalnicah, ki so nastajale v mestih, trgih in vaseh. Kmetijske in rokodelske novice so tako kmalu postale pretesne za vse živahnješo kulturno in politično gibanje, zato je graščak Miroslav Vilhar začel izdajati časopis Naprej (Merljak Zdovc 2007, 75–76), ki je izhajal dvakrat tedensko, urejal pa ga je Fran Levstik, a je še pred koncem svojega prvega leta življenja prenehal izhajati. Dve leti kasneje je celovski duhovnik Andrej Einspieler začel izdajati časopis Slovenec, ki je bil konservativen, vendar v slovenskem duhu urejen časopis (Merljak Zdovc 2007, 77).

Klerikalizacija konservativcev in njihova previdna narodna politika sta spodbudili svobodomiselnih Štajerce, da so v Mariboru ustanovili časopis Slovenski narod, ki je sprva izhajal trikrat tedensko (Vodopivec v Merljak Zdovc 2007, 80). Izdajatelji časnika so se sprva soočali s finančnimi težavami, a je časopis 1. januarja 1873 začel izhajati kot dnevnik. Vodilna osebnost časopisa, ki je bil vse do prve svetovne vojne vodilno glasilo slovenskih liberalcev, je bil Ivan Tavčar (Merljak Zdovc 2007, 81–82).

Leta 1873 je kot političen list za slovenski narod pričel izhajati Slovenec, ki je po desetih letih izdajanja postal dnevnik (Merljak Zdovc 2007, 82–83). Slovenec je aktivno spremljal družbeno dogajanje doma in na tujem, predvsem pa se je na domače dogodke odkrito odzival in zavzemal jasna stališča (Merljak Zdovc 2007, 84).

Kot zapisuje Vodopivec (v Merljak Zdovc 2007, 87–88), je s širjenjem izobrazbe in pismenosti tudi na Slovenskem branje postalo najpomembnejša in najbolj razširjena oblika preživljanja prostega časa. Bralci so lahko izbirali med pokrajinskimi in strokovnimi glasili, zabavnimi in kulturnimi revijami ter preprostemu ljudstvu namenjenimi tedniki in polmesečniki (Merljak Zdovc 2007, 87).

Novinarstvo je v čas po prvi svetovni vojni prineslo svojo tradicionalno politično razklanost. Novinarji so kljub novim razmeram večinoma upoštevali navodila iz katoliškega oziroma liberalnega centra. Vodilna časopisa sta ostala Slovenec in Slovenski narod, pridružilo pa se jima je Jutro (Merljak Zdovc 2007, 116).

V obdobju med obema vojnama se je novinarstvo uveljavilo kot poklicna dejavnost. Po navajanjih avtorice je v tistem obdobju v Sloveniji izhajalo kar 292 časnikov, pojavilo pa se je tudi strokovno, strankarsko in delavsko časopisje (Merljak Zdovc 2007, 116–117).



Po drugi svetovni vojni sta bila poleg Slovenskega poročevalca pomembna časopisa še Ljudska pravica in Delavska enotnost. Leta 1951 so v Ljubljani ustanovili Ljubljanski dnevnik, katerega ime so kasneje skrajšali v Dnevnik, leto kasneje je v Mariboru začel izhajati Večer, leta 1959 pa je z združitvijo Slovenskega poročevalca in Ljudske pravice začelo izhajati Delo (Merljak Zdovc 2008, 27).

V Sloveniji imamo šest večjih regionalnih časopisov. To so Gorenjski glas, Dolenjski list, celjski Novi tednik, štajerski Tednik in prekmurski Vestnik in sodijo med najstarejše slovenske časopise, saj izhajajo že več kot 60 let (Dornič 2014, 21).

## **2.6 Razvoj regionalnega časopisa na Gorenjskem**

Začetki časopisa Gorenjski glas segajo v obdobje ustanavljanja pokrajinskih časopisov ob prehodu devetnajstega v dvajseto stoletje. Takrat so na ozemlju današnje Slovenije, predvsem v gospodarsko razvitih regijah, kar je Gorenjska nedvomno bila, ustanovili kar nekaj časopisov (Gorenjski glas 2016).

Ivan Primož Lampret je bil prvi, ki je začel razvijati in tiskati časopise v Kranju, potem ko mu je leta 1899 odstopil tiskarsko koncesijo začetnik kranjskega tiskarstva Ignacij Reš. Leta 1900 je začel izdajati tednik Gorenjec, v prvi številki, ki je izšla 13. januarja 1900, je v uvodniku pod naslovom »Kaj hočemo mi« zapisal, da bo Gorenjec zastopal posebno gorenjske koristi, da bo politični in gospodarski list, ki bo podprl tudi kmete, trgovino in obrt (Jenko 2002).

Kot je ugotovila Jenkova, je Gorenjec prenehal izhajati 17. marca 1916 in ponovno oživel 2. februarja 1934. Izhajal je potem še do aprila 1941, do vdora okupatorja, ko so prepovedali slovenske časopise. Leta 1944 je Osvobodilna fronta izdala še tri številke Gorenjskega glasa, glasila OF na Gorenjskem, nato so se leta 1945 ponovno pojavili poskusi izhajanja Gorenjca, vendar je izhajal le nekaj mesecev, od februarja do maja (Jenko 2002).

Časopis so znova obudili leta 1947, kar šteje za rojstvo Gorenjskega glasa. V bistvu je bil to že predhodnik današnjega Gorenjskega glasa, saj od takrat do danes izhaja neprekinjeno. Z izjemo prvih dveh števil, ki sta se imenovali Naše delo, pa se je 1. oktobra 1948 preimenoval v Gorenjski glas, ime pa ohranil vse do danes. Najprej je izhajal enkrat tedensko, nato trikrat, na koncu pa so se ustalili pri izhajanju dvakrat tedensko (Jenko 2002).

## 3 TISKANI MEDIJI NA SPLETU

### 3.1 Mediji na spletu

Splet je s svojimi zakonitostmi spremenil medijsko krajino, naravo tradicionalnega novinarskega dela, navade in pričakovanja občinstva ter njihov način spremljanja novic (Grabnar 2015, 11). Boczkowski v svojem članku trdi, da so časopisi ustvarili spletne različice kot odziv na prihajajoče novosti, namesto da bi proaktivno širili obzorja. V svojem članku gre še dlje in trdi, da so to storili tako, da so branili svoje ozemlje, namesto da bi osvojili novega (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 564).

Po mnenju nekaterih naj bi se koncept novic na internetu razvijal v treh fazah: v prvi kot najbolj popularni, definirani z reprodukcijo vsebine, ki je bila dostopna skozi tradicionalne tiskane časopisne vire; druga faza je definirana z oblikovanjem originalne vsebine z dodatkom povezav, ki omogočajo uporabniku, da dostopa do dodatnih informacij; v tretji fazi pa so uporabnikom predstavljene vsebine, ki so oblikovane posebej za splet (Chung in drugi 2012, 172).

Ko Splichal opisuje ključne razvojne korake v zgodovini novinarstva, med drugim zapiše, da so meje med novinarstvom in nenovinarstvom postale še posebej nejasne ravno v računalniško posredovanem komuniciranju, kjer milijoni obiskovalcev interneta neprekinjeno ustvarjajo, poustvarjajo in posredujejo informacije (Splichal 2000, 48).

Oblakova in Petrič navajata, da se pri razumevanju vloge svetovnega spleta v sodobni družbi najverjetneje veliko naučimo iz zgodovine, saj se kažejo določene vzporednice pri razvoju tiska kot tehnologije, ki je s seboj prinesla ogromno demokratičnih potencialov, v toku razvoja pa pod vplivom kapitala in oglaševanja izpustila pretežen del teh obetov (Oblak in Petrič 2005, 39). A znanstveniki si pri vplivu tehnologije na novinarstvo niso sklepčni. Medtem ko Pavlik, na primer, trdi, da je »novinarstvo že od nekdaj pogojeno s tehnologijo, saj njegova funkcija pogosto sledi ravno obliki« (Pavlik 2000, 229), pa je mnenje večine naklonjeno dejstvu, da so tehnološke inovacije posredovane in oblikovane po začetnih pogojih in kontekstualnih značilnostih (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 566).

Tudi Deuze meni, da tehnologija ni popolnoma neodvisen dejavnik, ki bi na novinarstvo vplivala le od zunaj, temveč v svoji analizi ugotavlja, da »jo je treba razumeti kot izvajalko, ki razširja in izpopolnjuje načine opravljanja tega posla« (Deuze 2007, 153).

Spletni konzorcij in uporabniku prijazen brskalnik sta bila najbolj zaslužna za zasuk k neslutnemu razvoju, hkrati pa sta s tem postala tudi prizorišče številnih antagonij in konfliktnih družbenih interesov (Oblak in Petrič 2005, 38).

Profesionalna novinarska srenja se na izzive spletnih okolij, ki jih označujejo načela hipertekstualnosti, interaktivnosti in multimedijskih oblik posredovanja vsebin, prilagaja že vsaj desetletje (Oblak Črnič 2007, 43).

Vpeljevanje novih tehnoloških orodij in odzivanje na zahteve vse bolj razširjenega spletnega sveta sta za medijska okolja kompleksen in večstopenjski proces (Oblak Črnič 2007, 44). Po mnenju Gunterja je sočasno z vpeljavo novih tehnologij v medijske hiše priporočljivo, da novinarji in njihovi uredniki spoznajo in osvojijo niz novih delovnih praks, prek njih pa kritično reflektirajo obstoječa načela svojega dela (Gunter 2003, 89). Decentraliziranost, nelinearnost ali večglasna dinamičnost na ravni hipertekstualnega zapisovanja vsebin, aktivna vloga bralca in pluralizacija producentov so tiste izvirne normativne lastnosti spleta, prek katerih lahko spletne različice medijev ne le dopolnjujejo, temveč tudi resno konkurirajo tradicionalnim medijem (Oblak in Petrič 2005, 50–52).

Odgovorni urednik spletnih vsebin pri Telegraph Media Group Edvard Roussel (Nieman Reports 2008) je v svojem prispevku navedel deset načinov, ki naj bi časopisom pomagali pri prehodu na digitalne vsebine:

- ožanje tematskih fokusev;
- povezovanje v mreže;
- objavljane poglobljenih prispevkov;
- vključevanje bralcev;
- hierarhija »bottom up«, kjer na višje mesto na spletni strani pridejo blogi in forumi, pri katerih imajo novinarji in uredniki več stika z bralci;
- vključevanje multimedijskih vsebin;
- nizko-stroškovna struktura;
- investiranje v splet;
- menjava vodstva, v kolikor le-to ni naklonjeno digitalnemu prehodu;
- nenehno eksperimentiranje.

Po Deuzovem mnenju zahtevata sodobni kulturni in tehnološki razvoj ponoven premislek o tem, kaj novinarstvo sploh je in kdo se z njim ukvarja (Deuze 2005, 450). V ideološkem pogledu

naj bi novinarji delali za obče dobro, kot »psi čuvaji«. Bili naj bi nevtralni, objektivni, pošteni in kredibilni, pri čemer naj bi uživali avtonomijo, svobodo in neodvisnost. Imeli naj bi občutek za aktualnost, prav tako pa naj bi se zavedali etičnega in zakonitega ravnanja pri opravljanju svojega dela (Deuze 2005, 447–449). Podobne ugotovitve zapisujeta tudi Poler Kovačičeva in Kalin Golobova (Poler Kovačič in Kalin Golob 2004, 88–89), a pri tem opozarjata, da novinarstvo nikjer ni profesija v klasičnem sociološkem smislu. Novinarji se namreč zelo razlikujejo v svojih zaposlitvenih obvezah, družbenem statusu, etičnih načelih, standardih usposobljenosti, avtonomiji in odgovornosti (Splichal in Sparks 1994, 4).

Čeprav ostajata zavezanost temeljnim normativnim zahtevam profesionalnega dela in pričakovanje o poznavanju posebnih znanj in veščin trdno vpeti v novinarski poklic, pa se s prihodom internetnih novosti v novinarske redakcije povečuje potreba, da se vzpostavi tudi nova senzibilnost do izvornih načel, ki so »kriva« za razvoj spleta (Oblak Črnič 2007, 49).

### **3.2 Konvergenca v novinarstvu**

Ksenija Grabnar v svojem magistrskem delu povzame, da se ob selitvi tradicionalnih medijev na splet pojavljata dva nasprotujoča si tabora: skeptiki in zagovorniki tega procesa. Med zagovornike spadajo avtorji, ki pravijo, da je treba medijske formate združevati, medtem ko nasprotniki konvergenco vidijo bolj kot ne grožnjo kakovostnemu novinarstvu (Grabnar 2015, 7).

V smislu konvergence medijev kot organizacij poznamo medijsko konvergenco, ki je predvsem ekonomska strategija, ko se komunikacijska podjetja združijo (Gasher 2008). Jane Singer pri tem opozarja, da je termin problematičen, saj si je v zadnjih letih bolj kot ne delal medvedjo uslugo po eni strani, po drugi pa zato, ker vključuje kopico raznolikih dejavnosti in različne delovne strukture (Singer 2008, 157). Deuz pravi, da lahko konvergenco pojasnimo kot zблиževanje in sodelovanje med sprva različnimi medijskimi redakcijami in drugimi deli modernih medijev (Deuz 2004, 140).

Vobič ugotavlja, da konvergenca v osnovi izvira iz dveh odnosov: iz odnosa med novinarskim delom in tehnologijo ter iz konflikta med novinarskimi normami oziroma vrednotami in zahtevami trga (Vobič 2009). Čeprav med posameznimi državami obstajajo temeljne razlike, pa gre v osnovi za digitalizacijo produkcije v novinarstvu na eni strani, in za nepredvidljivo finančno situacijo na svetovnih medijskih trgih na drugi strani (Vobič 2009).

Po mnenju Gordona se konvergenca ne nanaša zgolj na vprašanje zlitja vseh načinov posredovanega komuniciranja v elektronsko, digitalno formo, ki jo podpirajo računalniki, temveč jo je smiselno razumeti tudi kot reflektirano stapljanje raznoterih medijskih praks (Gordon v Oblak in Petrič 2005, 57).

V širšem smislu pa se konvergenca pojavlja tudi v redakcijah, ki so brez kakršnih koli zunanjih partnerjev, saj, glede na hiter razvoj širokopasovnih povezav in video tehnologij, pravzaprav novinarji postajajo večji vseh platform. Tako časopisni kot televizijski novinarji se obenem ukvarjajo s slikovnim, zvočnim in video-materialom, zaradi česar se morajo naučiti tudi naprednega tehnološkega besedišča (Singer 2008, 158). Temu pritrjuje tudi Harcup, ki meni, da se danes zaradi stapljanja medijev in posedovanja več znanj izgublja oznaka »televizijski«, »radijski« ali »časopisni« novinar (Harcup 2004, 142).

Ob vsem tem pa je znanstvenike predvsem zanimalo, kako se bodo s tem zahtevnim kulturnim in tehnološkim izzivom spopadli novinarji, saj tehnološke spremembe ne vplivajo le na samo delo, ki ga novinarji opravljajo, temveč tudi na vsebino, ki jo proizvajajo, na sestavo njihovega delovnega okolja in na njihove medsebojne odnose, na odnose z viri, s konkurenco in z javnostjo (Singer 2008, 159).

Vobič zapisuje, da so se novinarska uredništva v zadnjem stoletju razvila v birokratsko urejena delovna okolja s tradicionalno linearno hierarhijo ter jasno delitvijo dela in odgovornosti z namenom standardizacije novinarskega produkcijskega procesa, homogenizacije posameznih novinarskih publikacij in ohranjanja nadzora novinarskega dela v spreminjajočem se političnem, ekonomskem in kulturnem kontekstu (Vobič 2009).

V zadnjem desetletju so tako nastala nova uredništva, v katerih integrirajo tehnologijo, osebje in prostor tradicionalno ločenih časopisnih, radijskih, televizijskih in spletnih novinarskih ekip. V kontekstu digitalizacije novinarske produkcije in negotovosti na medijskih trgih pa medijske hiše posledično stremijo k navadno nasprotujočim si ciljem, tj. k dvigu novinarske kakovosti in hkrati racionalizaciji novinarske produkcije (Vobič 2009).

V luči novonastalih uredništev je leta 2012 Vobič raziskoval konvergenco novinarskih uredništev v časopisnih organizacijah Delo in Dnevnik in ugotovil, da konvergenca uredništev ni uniformen in tehnično pogojen proces, temveč gre za specifične družbene in kulturne dinamike, ki odslikavajo kompleksne artikulacije med prostorom, delom in močjo (Vobič 2012, 12).

Rezultati analize so pokazali, da je tradicija decentraliziranih uredništev, ki je značilna za slovenski tisk, v procesu preoblikovanja, toda ne v smeri izumljanja »nove« tradicije uredništev, temveč prej kot posledica spreminjanja »starega« (Vobič 2012, 12).

### **3.3 Konvergenca v lokalnih medijih**

Branje časopisov se zmanjšuje po vseh državah, na vseh sektorjih trga in med vsemi populacijami, najbolj pa med mladimi (Aldridge 2007, 33). Digitalizacija, digitalna konvergenca ter spletna distribucija medijskih vsebin ima zagotovo največji vpliv prav na distribucijo, cirkulacijo in branost klasičnih tiskanih medijev, predvsem splošno-informativnih dnevnikov. Spremenjene navade uporabnikov, predvsem mladih, narekujejo spremembe poslovnih modelov ter migracijo na spletne formate splošno-informativnih časnikov (Pregled medijske krajine v Sloveniji 2014).

Čeprav nekateri napovedujejo smrt časopisom, kar bi sicer utegnilo ogroziti demokratični razvoj v državi, pa Čibej kljub temu ugotavlja, da jih ljudje ne bi preveč pogrešali. Po zadnji raziskavi centra Pew naj časopisov ne bi pogrešali zlasti mlajši, saj jih precej meni, da časopisi tako ali tako slabo poročajo in da bi potem ljudje informacije pač dobili iz drugih virov (Čibej 2009).

Kriza ne prizanaša ne velikim ne malim, a najbolj na udarcu so ravno »srednji«, to so regionalni časopisi. V zadnjem letu (Čibej 2009) jih je v Združenih državah Amerike potonilo kar deset, drugi pa so bodisi povsem ukinili tiskano izdajo in objavljajo le še spletne novice, ali pa v tiskani obliki izhajajo le še občasno, medtem ko večino dni v tednu bralcem ponujajo le še spletno vsebino.

V raziskavi centra Pew bi tretjina bralcev lahko pogrešala lokalni časopis, če bi ta nehal izhajati, medtem ko jih kar 43 odstotkov meni, da bi s tem nastala škoda za življenje lokalne skupnosti (Čibej 2009).

Grabnarjeva v svojem magistrskem delu (Grabnar 2015, 32) navaja raziskave znanstvenikov Hsiang Iris Chyi and Setha C. Lewisa, ki sta na temo lokalnih časopisov in njihovih spletnih edicij izvedla raziskavo, kjer sta primerjala branost spletnih strani s tiskano verzijo časopisov in ugotavljala, kako časopisne spletne strani tekmujejo z ostalimi spletnimi stranmi za pozornost lokalnih internetnih uporabnikov. Ugotovila sta, da so tiskani časopisi v visoki meri priljubljeni v lokalni skupnosti, medtem ko to vsekakor ne velja za spletne izdaje, ki se borijo

za slehernega bralca. Obenem sta ugotovila, da časopisne izdaje dosežejo precej več bralcev kot pa njihove spletne izdaje (Chyi in Lewis 2009).

### **3.4 Lokalni mediji na spletu**

Lokalni mediji s svojim delovanjem krepijo demokracijo v posamični regiji, saj služijo kot nekakšen most med skrbniki in oskrbovanci, obenem pa ljudi informirajo in ozaveščajo (Kalsin 2014, 15).

Lokalni mediji informirajo bralce z njihove perspektive in ne perspektive elit, s čimer pravzaprav krepijo demokracijo in nadzorujejo elite, posamezniki pa tako čutijo večjo pripadnost. Na tej točki lokalni časopisi tako postanejo glavni vir v lokalnem življenju posameznikov (Kalsin 2014, 16).

Spletni časopisi na trgu niso izolirani, saj se na lokalni ravni soočajo tako z intermedijsko kot intramedijsko konkurenco: intermedijska konkurenca se nanaša na razmerje med spletno verzijo časopisa in poslovanjem tiskanega časopisa, medtem ko intramedijska konkurenca pomeni razmerje med spletno stranjo časopisa in ostalimi novičarskimi spletnimi stranmi (Chyi in Lewis 2009).

Kot ugotavlja Kalsin, se je s pojavom interneta izgubila klasična definicija lokalnih medijev (Kalsin 2014, 21). Med raziskovanjem lokalnih časopisov in njihovih spletnih izdaj v treh turških regijah je namreč ugotovil, da že prvi kriterij, ki opredeljuje časopis kot lokalni, pri spletni izdaji spodleti, saj spletni prispevek lahko prebereš kjerkoli na svetu, medtem ko časopisno izdajo lahko kupiš le v določeni regiji. Tako je lokalni časopis ostal lokalni le na ravni vsebine (Kalsin 2014, 21).

Cox v svojem prispevku na primeru Kanade pojasnjuje, kako so lokalni mediji začeli s pojavom interneta usihati. Trdi, da ljudje sicer pričakujejo, da lokalne novice po neki poti pridejo do njih, sami pa v zameno ne bi storili ničesar. »Nekoč so lokalni ljudje oglaševali svoje dejavnosti na lokalnih medijih, strani z malimi oglasi so bile polne reklam, s tem pa so podpirali lokalne novinarje. Danes so se zadeve obrnile, saj vsak lahko svoje stvari enostavno prodaja na spletu, Facebook in Google pa sta polna reklam, s čimer lokalni ljudje podpirajo ameriške mogotce, lokalno novinarstvo pa je prepuščeno sebi (Cox 2016).«

A kot zapisuje Starr, še vedno obstajajo manjši lokalni časopisi, ki jim gre relativno dobro, predvsem zato, ker imajo tiskane izdaje še vedno prednost pri zelo lokalno usmerjenem oglaševanju malih podjetij (Starr 2013, 188).

### **3.5 Ekonomski vidik spletnega objavljanja**

Še pred gospodarsko recesijo so se tiskani mediji soočali z grožnjo propada zaradi vzpona interneta, ko se jim je zmanjšala tako prodaja kot tudi prihodki od oglaševanja, prav tako se je že prej začel dolgoročni trend upada bralcev, saj je navada kupovanja dnevnega časopisja iz generacije v generacijo bolj izginjala (Starr 201, 181).

Temu pritrjuje tudi Milosavljević, ko v svojem prispevku zapisuje, da se kriza časopisov kaže na več ravneh: v upadu branosti, upadu naklad, upadu oglaševalskih prihodkov, prometa in števila zaposlenih. V Veliki Britaniji je po podatkih regulatorja Ofcom samo v letu 2008 propadlo 60 časopisov, od tega 50 brezplačnikov in 10 plačljivih (Milosavljević 2010).

Claire Enders, direktorica podjetja Enders Analysis, je pred sedmimi leti dejala, da rast priljubljenosti spletnih strani časopisov ne bo rešila tiskanih izdaj samih. »Bralec tiskane verzije je zaradi samega obtoka in oglaševalskih prihodkov za lokalni časopis vreden približno 100 £ na leto, medtem ko je obiskovalec spletne verzije vreden le 2 £. In ta vrednost pada (Enders 2009).«

Vprašanja, vezana na prihodke, so neposredno povezana z modelom financiranja. Spletne novičarske organizacije so namreč vedno bolj razpete med tradicionalnimi viri prihodkov, kot sta oglaševanje in redne naročnine, ter med novimi strategijami, ki jih prinaša internet, kot so e-reklame in ciljno oglaševanje po profilih potrošnikov (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 565).

A raziskave, ki jih navajata avtorja (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 565) kažejo, da je oglaševanje postalo glavni vir prihodkov za večino novičarskih spletnih strani.

Chyi in Sylvie sta namreč izvedla raziskavo lokalnih, regionalnih in nacionalnih spletnih časopisov v Kaliforniji, Teksasu, na Floridi in v New Yorku. Ugotovljeno je bilo, da je za skoraj 80 % vseh spletnih strani spletno oglaševanje glavni vir prihodkov. Nekaj manj kot 20 % jih služi z elektronskim poslovanjem in zgolj 3 % raziskovanih spletnih strani zaračunava naročnino.



Zaradi interneta časopis izgublja vlogo tržnega posrednika. Oglaševalcem se ni treba več priključevati na novice, da dosežejo potrošnike, in potrošniki imajo na voljo druge načine poizvedovanja o proizvodih in razprodajah. Tako sta šla za časopise po gobe tako naklada kakor tudi prihodek iz oglaševanja (Starr 2013, 186).

A kljub neobetavnim podatkom Starr opozarja, da bi bilo trenutno za skoraj vse časopise samomor, če bi povsem ukinili tiskano izdajo in bi samo objavljali na spletu. Po izračunih Rosentiela iz projekta Pew bi s tem lahko privarčevali 40 % stroškov, vendar bi izgubili več kot 90 % svojih prihodkov (Starr 2013, 192).

## 4 ZNAČILNOSTI SPLETNIH PRISPEVKOV

Po mnenju Deuza naj bi internet novinarstvo preobrazil vsaj na tri načine (Deuze 1999, 373):

- zmanjšal naj bi vlogo novinarjev kot osnovne intermediarne sile v demokraciji, ki postane bolj ali manj nepotrebna;
- medijskim profesionalcem naj bi ponudil širok nabor virov in tehnoloških pripomočkov za delo;
- ustvaril naj bi samosvojo vrsto digitalnega ali spletnega novinarstva.

Oblak Črničeva v svoji raziskavi ugotavlja, da visok delež dnevnega dostopa do spleta in »zrela« dolžina uporabe interneta med v vzorec zajetimi novinarji kažeta, da je splet že krepko vključen v redakcijske hiše glavnih evropskih časopisov (Oblak Črnič 2007, 52).

Oblakova in Petrič navajata, da splet pojmujejo kot medij, ki ima svoje specifične lastnosti, ki jih odkrivamo v primerjalnem kontekstu s preostalimi komunikacijskimi mediji in modeli interakcij. Hipertekstualnost, interaktivnost, multimedijalnost, recipročnost in ažurnost so po njunem le nekatere lastnosti, ki splet pomembno razlikujejo od tradicionalnih medijev (Oblak in Petrič 2005, 15).

V luči značilnosti spletnega novinarstva je Poler Kovačičeva v svoji raziskavi o koliziji vrednot med tradicionalnim in spletnim novinarstvom izpostavila več značilnosti, ki jih je tudi obravnavala s perspektive novinarske etike. Tako je raziskovala (Poler Kovačič 2014):

- značilnost anonimnosti na spletu in z njo povezane nerazvidnosti virov komentiranja;

- v središču raziskav je bila tudi takojšnjost in z njo povezan problem nepreverjanja informacij;
- značilnost participatornega novinarstva in z njim povezane objektivnosti.

Kvaliteto sodobnega spletnega novinarstva, ki naj bi se tako bistveno razlikovala od drugih tradicionalnih oblik medijske produkcije, posledično najbolj določajo trije dejavniki: interaktivnost, personalizacija oz. individualizacija in konvergenca (Deuze 1999, 377–379).

Za razliko od Deuzea je Kawamoto (Kawamoto 2003, 4) izpostavil šest karakteristik, značilnih za splet: hipertekstualnost, interaktivnost, nelinearnost, multimedijalnost, konvergenco in personalizacijo, medtem ko jim je Dahlgreen dodal še arhivskost (Dahlgreen 1996, 64).

Mitchelstein in Boczkowski v svojem članku povzameta, da so največ pozornosti v znanstvenih raziskavah o spletnih novicah pritegnili štiri vidiki sprememb v novinarski praksi: spremembe v poteku dela uredništva, spremembe pri zbiranju informacij, pospeševanje časovnih vzorcev proizvodnje vsebin in konvergenca tiska, televizijskega oddajanja (angl. broadcast) in spletnega objavljaja (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 568).

A skupaj s spletom in porastom objavljaja vsebin na internetu se pojavljajo tudi drugi dejavniki, ki pomembno vplivajo na uporabnike in njihovo delovanje na spletu. V raziskavi, ki sta jo opravila John Baldrige in Bill Whitsitt (2015) med prebivalci Montane, je bilo namreč ugotovljeno, da že več kot 65 % odraslih prebivalcev Montane prebira novice preko interneta ali preko mobilne naprave vsaj enkrat tedensko, medtem ko jih kar 40 % to počne vsak dan. Med najbolj priljubljenimi viri informacij odraslih prebivalcev so se znašli MSN, Yahoo in Google, sledili sta Fox News in CNN, nato pa še Facebook, Billings Gazette in ostali lokalni mediji (Baldrige in Whitsitt 2015).

V porastu je tudi črpanje novic s pomočjo telefonov, saj sta avtorja v raziskavi ugotovila, da skoraj polovica anketirancev novice bere na pametnih telefonih. Ravno zaradi tega morajo ustvarjalci spletnih vsebin novice prilagoditi tudi za prebiranje na manjših zaslonih pametnih telefonov (Baldrige in Whitsitt 2015). A sama prilagoditev vsebin ni dovolj, saj avtorja ugotavljata, da anketiranci novic ne prebirajo le ob zajtrku ali doma v dnevni sobi, temveč na poti ali na delovnem mestu, zaradi česar je lahko močno motena pozornost. V tej luči trdita, da morajo biti vsebine pripravljene tako, da vzbudijo pozornost in jo tudi obdržijo (Baldrige in Whitsitt 2015).

V raziskavi sta se avtorja dotaknila tudi uporabe socialnih omrežij in ugotovila, da le-ta narašča. Vezano na rdečo nit ankete ju je zanimalo zgolj, ali anketiranci uporabljajo socialna omrežja za dostop do novic in ugotovila, da jih to počne več kot 30 %, in sicer preko Facebooka in Twitterja (Baldrige in Whitsitt 2015).

Zaradi značilnosti, na katere sem se oprla v svojem raziskovalnem delu, bom v nadaljevanju podrobneje predstavila sledeče karakteristike: hipertekstualnost, interaktivnost, nelinearnost in multimedijalnost.

#### **4.1 Hipertekstualnost**

Tehnologija svetovnega spleta je v izjemno kratkem času posegla na številna družbena področja, pri čemer skorajda ni sporno, da v dinamičnem procesu vzajemnega prilagajanja in vplivanja v odnosu do družbe sporoča številne negativne in pozitivne učinke (Petrič 2003).

Ideja hiperteksta in z njim povezane nove tekstualnosti, ki se je izoblikovala kot nasprotje informiranju, značilnem za tradicionalne množične medije, v veliki meri uteleša poststrukturalistične ideje o razsrediščenosti, svobodi bralca, nelinearnosti in omrežja (Oblak in Petrič 2005, 25).

Kot nadaljuje Petrič, celotna tehnologija svetovnega spleta izvira iz ideje hiperteksta, ki označuje specifičen način urejenosti informacij v nelinearnem, decentraliziranem sistemu medsebojno povezanih besedilnih delov (Nelson in drugi v Petrič 2003).

Večina avtorjev se strinja, da hipertekst v idejnem smislu polaga članu občinstva oziroma uporabniku precej več svobode (in tudi določene odgovornosti) kot tradicionalni množični medij. Za hipertekstualni način zapisovanja besedil v omrežje besedilnih delov so namreč značilne nekatere posebne lastnosti, ki so v tradicionalnih množičnih medijih večinoma odsotne (Oblak in Petrič 2005, 30–32):

- decentraliziranost – besedilo je urejeno na omrežni način tako, da ne obstaja središčna os besedilnih delov in noben element ne more uživati središčnega položaja (Landow v Oblak in Petrič 2005, 30);
- nelinearnost – hipertekst je urejen tako, da nima ne začetka, ne konca in ga je mogoče začeti brati kjerkoli;
- aktivna vloga bralca – lahko postane aktiven, ko z izborom unikatnih poti skozi besedilo dejansko postane avtor (Landow v Oblak in Petrič 2005, 31) ali pa postane tvorec

hiperteksta s tem, ko mu je omogočena možnost dodajanja svojih besedilnih elementov, komentarjev, opomb in povezav;

- večglasna dinamičnost – v hipertekstu besedilni deli niso neposredni produkti enega samega avtorja, temveč v njem sodeluje več avtorjev, pri čemer delo enega predstavlja objekt za drugega (Landow v Oblak in Petrič 2005, 31).

## **4.2 Interaktivnost**

Interaktivnost ali sodejnost lahko opredelimo kot stopnjo, do katere informacijsko komunikacijska tehnologija ustvarja posredovano okolje, ki uporabnikom omogoča medsebojno komuniciranje (tako sinhrono kot asinhrono) in sodelovanje v recipročni izmenjavi sporočil (Kiouisis 2010).

Interaktivnost v tehničnem smislu pomeni edinstveno lastnost računalniško posredovanega komuniciranja, kjer sta produkcija in potrošnja vsebin povsem enakovredni funkciji. Izenačevanje produkcije in potrošnje pa za uporabnika oziroma bralca pomeni večjo svobodo pri izbiranju medijskih vsebin ter svobodnejšo udeležbo (Oblak in Petrič 2005, 83).

Kiouisis v svojem prispevku trdi, da so s trenutnim dotokom novih komunikacijskih tehnologij mnogi tradicionalni koncepti v javnem obveščanju bodisi postavljeni na novo, obnovljeni ali pa na novo izumljeni, meje pa zato zabrisane (Kiouisis 2010).

Izraz, ki opredeljuje zabrisano mejo med producenti in konzumenti, se v angleškem jeziku imenuje prosumers, označuje pa stanje, kjer imajo avtorji tako možnost, da postanejo bralci, kot imajo bralci možnost, da postanejo avtorji. Stik med novinarji in bralci pri spletnih medijih pa je toliko bolj izrazit (Oblak in Petrič 2005, 83).

Interaktivnost se, kot navajata Oblak in Petrič, pogosto povezuje z nizom različnih vrednot, kot so večja posameznikova svoboda izbire, večji samonadzor, večja politična neodvisnost ipd. (Oblak in Petrič 2005, 83).

## **4.3 Nelinearnost**

Razlikovanje med linearnimi in nelinearnimi avdiovizualnimi storitvami je meja, ki se je pravzaprav v veliki meri uveljavila že v konceptu razlikovanja med storitvami informacijske družbe in televizijskimi programi (Zatler 2009).

Izraz nelinearne tako pomeni, da za vsebine ni nujno, da sledijo uveljavljenim tradicionalnim logičnim vzorcem hierarhične razporeditve, na primer ustaljeni programski shemi; povezave med avdiovizualnimi vsebinami ali znotraj njih namreč lahko sledijo lastni logiki, ki ni uveljavljena v vnaprej pripravljene programski shemi in se je zato ne dojema kot ustaljene ter zato predvidljive (Zatler 2009).

V spletnih zapisih je hipertekst urejen tako, da nima ne začetka ne konca. Brati je mogoče začeti kjerkoli. Bralac ne potrebuje preposlušati novic, prevrteti traku ali prelistati časopisa. Besedilni deli si v linearnem besedilu sledijo zaporedoma, medtem ko je v hipertekstu vsak besedilni del povezan z množico drugih. Bralcu je podarjena možnost navigacije skozi celotno besedilo (Ryan v Oblak in Petrič 2005, 31).

Zaradi velike količine vsebin na spletu predstavlja brskanje in prelet besedil način spletnega branja. Liu navaja, da se razvija posebno vedenje, povezano z ekranom (angl. screen based behaviour), ki ga označuje hitro branje, prelet besedil, zmanjšano potrpljenje, odvrčanje pozornosti in selektivno oz. nelinearno branje (Liu 2005).

Tudi Eshet-Alkalai in Geri v svojem članku ugotavljata, da kognitivni pristop znanstvenikov poudarja strukturne razlike med tiskanim in digitalnim besedilom, s čimer bralce postavljajo pred miselne izzive (Eshet-Alkalai in Geri 2007).

Za razliko od linearnega branja tiskanega besedila od začetka do konca, Jurič ugotavlja, da digitalno besedilo zahteva veščine nelinearnega, razvejanega branja in razmišljanja, s preskakovanjem stavkov in odstavkov, ki prehajajo na druge člene in se znova vrnejo na pretekle. Z brskanjem po spletu bralci besedila zgolj »skenirajo«, iskanje ključnih informacij pa pospešijo z izpostavitvijo posamičnih besed in stavkov (Jurič 2014).

Zaradi same izkušnje iskanja informacije narašča vrednost informacije same, saj postane koristna za uporabnika šele, ko jo sam pridobi, interpretira in uspešno uporabi. Tako oblika informacije kot okolje lahko uporabniku olajša ali oteži učinkovitost branja (Eshet-Alkalai in Geri 2007).

Za uspešno obravnavo besedila je pomemben tako užitek branja v digitalnem okolju kot tudi izkušnje. Mlajši bralci so razvili veščine in navade v digitalnem okolju, zato imajo tovrstne informacije zanje višjo vrednost (Jurič 2014).

#### 4.4 Multimedijalnost

Deuze v svojem članku (Deuze 2004, 140) trdi, da obstajata dva načina opredelitve multimedijalnosti v novinarstvu:

- Prvo – kot predstavitev celotnega paketa novice na spletni strani z uporabo dveh ali več medijskih formatov, kot sta na primer govorjena in pisana beseda, z glasbo, z grafično animacijo, ki vključuje interaktivne in hipertekstualne elemente;
- drugo – kot predstavitev celotnega paketa novice skozi različne medije, kot so spletna stran, elektronsko sporočilo, SMS, MMS, radio, televizija, teletekst in različni tiskani mediji.

Po navedbah Oblakove in Petriča multimedijalnost opisuje konvergenco na ravni medijskih formatov oziroma oblik, prek katerih mediji posredujejo svoje vsebine. Gre namreč za večje prepletanje besedil z zvokom, glasom, fotografijami in videom. Vprašanje pa je, kateri multimedijски formati dejansko prevladujejo v novinarski praksi, kakšne norme predstavljanja se pri tem vzpostavljajo in kakšni tipi zgodb oziroma sporočil so za multimedijalno logiko najbolj primerni. (Oblak in Petrič 2005, 82)

Multimedijско novinarstvo se je po Deuzu razvijalo skozi različne faze: vse od t. i. standup nastopa časopisnega novinarja, ki je predstavil nekatere vidike zgodbe za televizijo, do izdelane fotogalerije na spletni strani, v katero so vključene fotografije, za katere ni bilo prostora v časopisu, pa kratkih povzetkov novic, ki jih je mogoče uporabiti za pošiljanje po elektronski pošti ali kot SMS, do združenih projektov med različnimi mediji za zbiranje, urejanje in predstavitev zgodb v različnih formatih in na koncu tudi do popolnoma integrirane redakcije (Deuze 2004, 141).

Mitchelstein in Boczkowski v svojem prispevku navajata več avtorjev, ki se strinjajo, da spletne novice od novinarjev zahtevajo, da opravljajo več nalog hkrati, obenem pa morajo biti večji uspešnega združevanja zbiranja informacij in pripovedovanja zgodb v različnih medijskih formatih (Mitchelstein in Boczkowski 2009, 568).

Multimedijски novinar se mora pri opravljanju svojega poklica vedno znova odločati, kakšno platformo bo uporabil in v primeru multimedijске produkcije novic prevzeti nadzor nad celotno zgodbo, ne pa zgolj spreminjati posamezne zgodbe v različne medijske formate (Deuze 2009, 93).

## 5 RAZISKAVA

### 5.1 Raziskovalni vprašanja

V magistrski nalogi sem analizirala, kako spletna stran Gorenjskega glasa upošteva značilnosti spleta. Namen in cilj magistrske naloge je namreč podrobneje spoznati delovanje regionalnega časopisa Gorenjski glas in ugotoviti, kaj pomeni digitalizacija za lokalni medij. Gorenjski glas izhaja dvakrat na teden. Ker uredništvo prispevke z zamikom objavlja na spletu, sem raziskovala uporabnost digitalne platforme pri navedenem mediju.

Pri tem sem si zastavila prvo raziskovalno vprašanje:

1. Kakšne strategije uporablja Gorenjski glas pri spletnem objavljanju prispevkov?

Nanj sem skušala odgovoriti s pomočjo kvalitativne analize spletnih edicij oziroma s pomočjo analize besedila, ki jo Babbie (Babbie 2007, 378) definira kot neštevilčen pregled in interpretacijo opazovanja za namene odkrivanja osnovnih pomenov. Metoda se osredotoča na vzorce ali oblike, ki se pojavljajo v podatkih, vključno s predhodnimi in posledičnimi vzorci (Kordeš, Smrdu 2015, 27). Pri tekstovni analizi sem bila osredotočena na to, kako je posamezna tema obravnavana v tiskani in spletni verziji, predvsem pa na - za to magistrsko nalogo – tri ključne značilnosti spletnega objavljanja: interaktivnost, multimedijalnost in hipertekstualnost.

Za potrebe širšega in poglobljenega vpogleda v delovanje regionalnega časopisa me je v luči delovanja spletnih edicij Gorenjskega glasa zanimalo, kakšne so njihove omejitve, zato sem si zastavila drugo raziskovalno vprašanje:

2. Kakšne so omejitve lokalnih medijev na spletu?

Nanj sem skušala odgovoriti s poglobljenimi intervjuji odgovorne urednice in urednice spletnega časopisa, preko katerih sem dobila vpogled v produkcijske prakse in procese digitalizacije ter uredniške odločitve pri analiziranem mediju. Poglobljeni intervjuji namreč omogočajo zbiranje informacij preteklih dogodkih, podajo pa informacije o stališčih, vedenju in motivih intervjuvanca (Burns 2000, 13). Pri tej metodi ima intervjuvanec proste roke o tem, kaj bo povedal in lahko proizvede informacijo, ki je za izpraševalca nepričakovana (Willis 2005, 53).

## **5.2 Metodologija za prvo raziskovalno vprašanje**

Za prvo raziskovalno vprašanje sem uporabila analizo besedila. Postopek kvalitativne analize teksta s ciljem utemeljene teorije je najstarejša in najbolj uveljavljena oblika kodiranja, njena avtorja pa sta Glaser in Strauss (Kordeš in Smrdu 2015, 53).

Namen analize je odkriti strukturo oz. obliko in najti razlago. Kot nadaljujeta Kordeš in Smrdu, je kodiranje analiza, saj z njim členimo in združujemo različne podatke. Potrebujemo ga, ker teorije ne moremo narediti iz surovih podatkov, ob tem da je cilj kodiranja ravno na dejstvih sloneča, poskusna teorija (grounded theory). Uporabljamo ga, kadar je masa surovih podatkov prevelika, saj kode tako pospešijo analizo (Kordeš in Smrdu 2015, 53).

Tako sem pri primerjanju prispevkov opazovala strukture prispevkov, datum in uro objave, pozorna pa sem bila predvsem na temeljne tri značilnosti spletnega objavjanja, ki sem jih podrobneje opisala že v prejšnjem poglavju. To so: interaktivnost, multimedijalnost in hipertekstualnost.

Pri analizi interaktivnosti sem bila pozorna na komunikacijo med novinarji in občinstvom, možnost komentiranja in deljenja prispevkov na socialnih omrežjih.

Pri analizi hipertekstualnosti sem se osredotočila na objavljene prispevke na spletu in na njihove morebitne povezave z drugimi spletnimi viri.

Pri analizi multimedijalnosti pa sem spremljala, kako so opremljeni spletni prispevki s fotografijami in kakšna je pogostnost fotografij na spletu in v tisku, pozorna sem bila tudi na morebitne videoposnetke.

## **5.3 Metodologija za drugo raziskovalno vprašanje**

Za drugo raziskovalno vprašanje sem uporabila metodo kvalitativnega raziskovanja - poglobljeni intervju. To je vrsta intervjuja, kjer se raziskovalec in vprašanec osebno pogovarjata in pri tem podrobno analizirata obravnavani problem. Kvalitativne podatke se zbira za boljšo prepoznavo dejavnikov, ki ne morejo biti direktno opazovani in merjeni (Aaker in drugi 1988, 186–190). Poglobljeni intervju poteka v obliki sproščene pogovora o vnaprej določenih temah. Dovolj je odprt, da respondentu omogoča osebno izražanje mnenj in videnj. Uporablja se predvsem takrat, ko želimo pridobiti mnenje strokovnjaka glede določene teme in trendov na tem področju.



## 5.4 Analiza prispevkov

Za potrebe odgovora na prvo raziskovalno vprašanje sem naredila analize besedila oz. produkcije šestih tiskanih in spletnih izdaj Gorenjskega glasa, v zaporednih izdajah časopisa v februarju in marcu 2017 (17. 2. 2017, 21. 2. 2017, 24. 2. 2017, 28. 2. 2017, 3. 3. 2017, 7. 3. 2017). Iz vsake številke sem analizirala prispevke z naslovnice in še tri naključno zbrane prispevke. Osredotočila sem se predvsem na iskanje ključnih značilnosti, to so hipertekstualnost, interaktivnost in multimedijalnost, ob tem pa sem bila pozorna še na dolžino prispevkov, naslovje in čas objave.

### 5.4.1 Analiza prispevkov z dne 17. 2. 2017

#### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Polycom začanja svojo največjo naložbo	Polycom začanja svojo največjo naložbo
<b>Avtor</b>	Mateja Rant	Mateja Rant
<b>Čas objave</b>	17. 2. 2017	17. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 2. strani, kjer sledita še dva paragrafa	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija bratov Stanonik	Ena fotografija - podpisana fotografija bratov Stanonik
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Prispevek v spodnji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Denar pridobili brez preslepitve	Denar pridobili brez preslepitve
<b>Avtor</b>	Simon Šubic	Simon Šubic
<b>Čas objave</b>	17. 2. 2017	17. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 14. strani, kjer sledijo še štirje paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija obtoženega in njegove zagovornice	Ena fotografija - podpisana fotografija obtoženega in njegove zagovornice
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Gorenjska

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Pesem je izliv srca	Pesem je izliv srca
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	17. 2. 2017	19. 2. 2017, ob 18. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija Josipink	Ena fotografija - podpisana fotografija Josipink
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike GG+

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Domišljijo kujejo na nakovalu	Domišljijo kujejo na nakovalu
<b>Avtor</b>	Suzana P. Kovačič	Suzana P. Kovačič
<b>Čas objave</b>	17. 2. 2017	17. 2. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafih, ločenih z mednaslovi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena večja in dve manjši podpisani fotografiji	Ena naslovna in še dve podpisani fotografiji v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Aktualno

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Fizioterapija je zdaj nekaj povsem drugega	Fizioterapija je zdaj nekaj povsem drugega
<b>Avtor</b>	Jasna Paladin	Jasna Paladin
<b>Čas objave</b>	17. 2. 2017	18. 2. 2017, ob 16. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija Marije Potnik	Ena fotografija - podpisana fotografija Marije Potnik
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### 5.4.2 Analiza prispevkov z dne 21. 2. 2017

##### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Zdravstveni dom kmalu tudi v Cerkljah	Zdravstveni dom kmalu tudi v Cerkljah
<b>Avtor</b>	Aleš Senožetnik	Aleš Senožetnik
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	21. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 6. strani, kjer sledita še dva paragrafa, z enim mednaslovom in informacijo v okvirčku	Besedilo je enako kot v tisku, manjka izpostavljena uokvirjena informacija
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija mesta	Ena fotografija - podpisana fotografija mesta
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

##### Prispevek v spodnjem delu naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Po zavrnitvi v upravni spor	Po zavrnitvi v upravni spor
<b>Avtor</b>	Simon Šubic	Simon Šubic
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	21. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih, z nadaljevanjem na 4. strani, kjer sledita še dva paragrafa	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena podpisana fotografija	Ena podpisana fotografija

<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Tretji prispevek na naslovni strani

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	V nesreči v Zvirčah umrl kolesar	V nesreči v Zvirčah umrl kolesar
<b>Avtor</b>	Simon Šubic	Simon Šubic
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	21. 2. 2017, ob 17. uri
<b>Besedilo</b>	Le naslov, z nadaljevanjem na 12. strani, kjer sledita še dva paragrafa	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/videoposnetki</b>	Ni nobene	Ni nobene
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek z zadnje strani

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Na glavo v mrzlo vodo	Na glavo v mrzlo vodo
<b>Avtor</b>	Mateja Rant	Mateja Rant
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	21. 2. 2017, ob 17. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija plavalcev	Ena fotografija - podpisana fotografija plavalcev
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene

<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Družabna kronika

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Pomlad na planetu	Pomlad na planetu
<b>Avtor</b>	Urša Glušičič, Alenka Brun	Urša Glušičič, Alenka Brun
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	23. 2. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotogalerija - sestavljena iz šestih podpisanih fotografij enake velikosti	Naslovna fotografija in preostalih pet podpisanih fotografij v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Rekreacija

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Tekli so petnajst nedelj	Tekli so petnajst nedelj
<b>Avtor</b>	Maja Bertoncej	Maja Bertoncej
<b>Čas objave</b>	21. 2. 2017	22. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V petih paragrafih, ločenih z mednaslovi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija tekačev	Ena fotografija - podpisana fotografija tekačev
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### 5.4.3 Analiza prispevkov z dne 24. 2. 2017

#### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Loškega župana je zbil iz protesta	Loškega župana je zbil iz protesta
<b>Avtor</b>	Simon Šubic	Simon Šubic
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	24. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 14. strani, kjer sledijo še štirje paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija obdolženega in dveh policajev, posneta na sodišču	Dve fotografiji – ena podpisana fotografija obdolženega in dveh policajev, posneta na sodišču, ter v fotogaleriji še podpisana fotografija višje države tožilke
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Prispevek v spodnjem delu naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Alpinea prodaja tudi hotel Špik	Alpinea prodaja tudi hotel Špik
<b>Avtor</b>	Marjana Ahačič	Marjana Ahačič
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	24. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku

<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - manjša podpisana fotografija hotela	Ena fotografija - manjša podpisana fotografija hotela
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Tretji prispevek na naslovni strani

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	S terenskimi vozili po mokrišču Ledine	S terenskimi vozili po mokrišču Ledine
<b>Avtor</b>	Marjana Ahačič	Marjana Ahačič
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	25. 2. 2017, ob 10. uri
<b>Besedilo</b>	Naslov in dva stavka, z nadaljevanjem na 3. strani, kjer sledijo še trije paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – velika podpisana fotografija mokrišča v Ratečah	Ena fotografija – velika podpisana fotografija mokrišča v Ratečah
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Aktualno

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Nasprotujejo severni obvoznici	Nasprotujejo severni obvoznici
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	25. 2. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku



<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotografije ni	Fotografije ni
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Kmetijstvo

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Na večini kmetij letos »kade« nižji kot lani	Na večini kmetij letos »kade« nižji kot lani
<b>Avtor</b>	Cveto Zaplotnik	Cveto Zaplotnik
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	27. 2. 2017, ob 16. uri
<b>Besedilo</b>	V šestih paragrafih, ločen z mednaslovi in dvakratno izpostavljenim besedilom v okvirčku	Besedilo je enako kot v tisku, izpostavljena informacija, ki je bila v tisku objavljena odebeljeno in v okvirčku, pa je tu postavljena ob strani in v poševnem tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – podpisana srednje velika fotografija Ane Demšar-Benedičič, specialistke za ekonomiko kmetijstva v Kmetijsko-gozdarskem zavodu Kranj	Ena fotografija – podpisana srednje velika fotografija Ane Demšar-Benedičič, specialistke za ekonomiko kmetijstva v Kmetijsko-gozdarskem zavodu Kranj
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

## Naključno izbrani prispevek iz rubrike GG+

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Orgličarji iz Sore	Orgličarji iz Sore
<b>Avtor</b>	Maja Bertoncelj	Maja Bertoncelj
<b>Čas objave</b>	24. 2. 2017	24. 2. 2017, ob 18. uri
<b>Besedilo</b>	V šestih paragrafih, ločenih z mednaslovi in izpostavljenim odebeljenim besedilom v okvirčku	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Dve fotografiji – srednje veliki podpisani fotografiji orgličarjev	Ena naslovna podpisana fotografija in v fotogaleriji še ena podpisana fotografija orgličarjev
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### 5.4.4 Analiza prispevkov z dne 28. 2. 2017

#### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Pustno norčevanje iz aktualnih dogodkov	Pustno norčevanje iz aktualnih dogodkov
<b>Avtor</b>	Napisalo več avtorjev, podpisanih z inicialkami	Napisalo več avtorjev, podpisanih z inicialkami
<b>Čas objave</b>	28. 2. 2017	28. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 4. strani, kjer sledi še pet paragrafov, ločenih s petimi mednaslovi	Besedilo je enako kot v tisku

<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Štiri večje fotografije – podpisane fotografije z različnih pustovanj na Gorenjskem	Ena naslovna podpisana fotografija in še dodatnih šest podpisanih fotografij z različnih pustovanj v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno, deljeno na Facebook profilu Gorenjskega glasa

#### Prispevek v spodnjem delu naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Za AIK banko ni več ovir	Za AIK banko ni več ovir
<b>Avtor</b>	Cveto Zaplotnik	Cveto Zaplotnik
<b>Čas objave</b>	28. 2. 2017	28. 2. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih, z nadaljevanjem na 5. strani, kjer sta še dva paragrafa	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena večja podpisana fotografija	Ena podpisana fotografija
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Gorenjska

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Kviz največjih ekofac	Kviz največjih ekofac
<b>Avtor</b>	Jasna Paladin	Jasna Paladin
<b>Čas objave</b>	28. 2. 2017	1. 3. 2017, ob 8. uri

<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena podpisana fotografija - fotografija zmagovalcev iz OŠ Naklo	Ena podpisana fotografija - fotografija zmagovalcev iz OŠ Naklo
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Praznovanja

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Frančevih osemdeset let	Frančevih osemdeset let
<b>Avtor</b>	Suzana P. Kovačič	Suzana P. Kovačič
<b>Čas objave</b>	28. 2. 2017	28. 2. 2017, ob 16. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – podpisana velika fotografija slavljenca	Ena naslovna podpisana fotografija in še dodatni dve podpisani fotografiji v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Aktualno

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Odslej se lahko poročijo	Odslej se lahko poročijo
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	28. 2. 2017	28. 2. 2017, ob 18. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku

<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotografije ni	Fotografije ni
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

#### 5.4.5 Analiza prispevkov z dne 3. 3. 2017

##### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Bo regijska bolnišnica v Radovljici?	Bo regijska bolnišnica v Radovljici?
<b>Avtor</b>	Urša Peternel	Urša Peternel
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	3. 3. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, z nadaljevanjem na 4. strani, kjer sledijo še trije paragrafi, ločeni z enim mednaslovom, spodaj na sredini pa je v okvirčku odebeljeno izpostavljena izjava direktorja jeseniške bolnišnice	Besedilo je enako kot v tisku, izpostavljena izjava iz tiskane verzije pa je tu napisana v levi strani prispevka, s poševno pisavo
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija Splošne bolnišnice Jesenice	Ena fotografija - podpisana fotografija Splošne bolnišnice Jesenice
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Prispevek v spodnjem delu naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Začeli bodo graditi športno dvorano	Začeli bodo graditi športno dvorano
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	3. 3. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena podpisana fotografija	Ena podpisana fotografija
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Tretji prispevek na naslovni strani

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Odkrili časovno kapsulo	Odkrili časovno kapsulo
<b>Avtor</b>	Ana Šubic	Ana Šubic
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	4. 3. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	Naslov, z nadaljevanjem na 6. strani, kjer sledijo še štirje paragrafi	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Tri podpisane fotografije - dve večji in ena manjša	Ena naslovna podpisana fotografija in še dve podpisani fotografiji v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Gorenjska

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Pomoči na domu vse več	Pomoči na domu vse več
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	4. 3. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih, ki so presekani z informacijo v okvirčku, napisano odebeljeno	Besedilo je enako kot v tisku, izpostavljena izjava v okvirčku iz tiskane verzije je na spletu napisana v levi strani prispevka, s poševno pisavo
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotografije ni	Fotografije ni
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Gorenjska

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Dobrodelni kamniški študenti	Dobrodelni kamniški študenti
<b>Avtor</b>	Jasna Paladin	Jasna Paladin
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	3. 3. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – podpisana manjša fotografija Sv. Primoža	Ena fotografija – podpisana manjša fotografija Sv. Primoža
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

## Naključno izbrani prispevek iz rubrike Ekonomija, Finance

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Skrb za varnost v Acroniju	Skrb za varnost v Skupini SIJ
<b>Avtor</b>	Urša Peternel	Urša Peternel
<b>Čas objave</b>	3. 3. 2017	4. 3. 2017, ob 10. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – velika podpisana fotografija skupine ljudi	Ena fotografija – velika podpisana fotografija skupine ljudi
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### 5.4.6 Analiza prispevkov z dne 7. 3. 2017

#### Prispevek v zgornji polovici naslovnice

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Fajdigova ambulanta čaka paciente	Fajdigova ambulanta čaka paciente
<b>Avtor</b>	Vilma Stanovnik	Vilma Stanovnik
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	7. 3. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija - podpisana fotografija Fajdigove ambulante	Ena fotografija - podpisana fotografija Fajdigove ambulante
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno



**Prispevek v spodnjem delu naslovnice**

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Priznanje za gospodarske dosežke	Priznanje za gospodarske dosežke
<b>Avtor</b>	Ana Šubic	Ana Šubic
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	7. 3. 2017, ob 7. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Ena fotografija – srednje velika podpisana fotografija dr. Mariane Karle Rebernik	Ena fotografija – srednje velika podpisana fotografija dr. Mariane Karle Rebernik
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

**Tretji prispevek na naslovni strani**

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Župnik Klopčič oproščen	Župnik Klopčič oproščen
<b>Avtor</b>	Vilma Stanovnik	Vilma Stanovnik
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	8. 3. 2017, ob 10. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh krajših paragrafih, z nadaljevanjem na 12. strani, kjer sledita še dva paragrafa	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotografije ni	Ena naslovna podpisana fotografija in še dve podpisani fotografiji v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Aktualno

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Podelili bodo Unescov certifikat	Podelili bodo Unescov certifikat
<b>Avtor</b>	Danica Zavrl Žlebir	Danica Zavrl Žlebir
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	7. 3. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V dveh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Fotografije ni	Fotografije ni
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

### Naključno izbrani prispevek iz rubrike Razvedrilo

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Vsi gasilci za en večer	Vsi gasilci za en večer
<b>Avtor</b>	Ana Šubic	Ana Šubic
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	8. 3. 2017, ob 11. uri
<b>Besedilo</b>	V treh paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Štiri fotografije – večje podpisane fotografije	Ena naslovna podpisana fotografija in tri podpisane fotografije iz tiskane verzije v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

## Naključno izbrani prispevek iz rubrike Potovanja

	<b>Tiskana verzija</b>	<b>Spletna izdaja</b>
<b>Naslov</b>	Evropski turist se včasih boji lastne sence	Evropski turist se včasih boji lastne sence
<b>Avtor</b>	Alenka Brun	Alenka Brun
<b>Čas objave</b>	7. 3. 2017	9. 3. 2017, ob 21. uri
<b>Besedilo</b>	V štirih paragrafih	Besedilo je enako kot v tisku
<b>Fotografije/Fotogalerija/ videoposnetki</b>	Dve fotografiji - srednje veliki podpisani fotografiji, posneti v Turčiji	Ena naslovna podpisana fotografija in še tri dodatne podpisane fotografije v fotogaleriji
<b>Hiperpovezave</b>	x	Ni nobene
<b>Odziv bralcev</b>	x	Ni nobenega
<b>Deljenje na socialnih omrežjih</b>	x	Je omogočeno

## 6 UGOTOVITVE

### 6.1 Prvo raziskovalno vprašanje

Na prvo raziskovalno vprašanje sem skušala odgovoriti s primerjavo prispevkov med tiskano in spletno izdajo. Zanimalo me je, v čem in kako se prispevki razlikujejo med seboj. Pri tem sem opazovala avtorstvo, naslovje in sestavo prispevkov ter za navedene dejavnike ugotovila, da med tiskano in spletno izdajo ni popolnoma nobene razlike. Vsak prispevek je objavljen identično v tisku in spletu, z enakim naslovjem in enako dolžino besedila, razlikujejo se le v postavitvah paragrafov. Pri enem prispevku sem opazila, da je na spletu manjkala izpostavljena uokvirjena informacija, do česar je najverjetneje prišlo zaradi napake. Naslovnica tiskane izdaje lahko obsega dva ali pa tri prispevke in zato sem pri spremljanju časovnega dejavnika objave ugotovila, da kadar sta objavljena dva prispevka, sta oba na spletu že okrog 7. ure zjutraj, v primeru tretjega pa je ta objavljen nekaj ur kasneje, med 10. in 11. uro.

Ker za objavljane spletnih prispevkov veljajo drugačna pravila, kot za objavo prispevkov v tiskanih izdajah, sem se osredotočila predvsem na omenjene značilnosti, ki sem jih tudi

podrobneje predstavila v preteklih poglavjih. Analizirala sem 34 prispevkov, ki so se pojavili tako v tiskani kot spletni izdaji številk Gorenjskega glasa.

V raziskavi sem ugotovila, da spletne izdaje ne upoštevajo povsem zakonitosti internetnega objavljanja. Ker sem se osredotočila na tri značilnosti, bom v nadaljevanju predstavila izsledke.

### 1. Hipertekstualnost:

V vseh 34 prispevkih ni bilo nobene hiperpovezave, bodisi na notranje bodisi na zunanje vire. Ne v tisku ne na spletu ni bilo povabila, kjer bi pisalo, da druga platforma ponuja več informacij. V tisku se je občasno znašlo povabilo na nadaljevanje prispevka na notranjih straneh časopisa. Čeprav se je o tematikah, ki sem jih analizirala, v kar nekaj primerih že pisalo (npr. *Župnik Klopčič oproščen*), hiperpovezave na že napisan prispevek ni bilo.

### 2. Interaktivnost:

Vsak prispevek na spletu je možno komentirati, prav tako ga je možno deliti na socialnem omrežju Facebook in Twitter. A interaktivnost med novinarji in bralci ni bilo. Na Facebook profilu, ki ga ima Gorenjski glas, je bil izmed vseh 34 prispevkov le en prispevek deljen (*Pustno norčevanje iz aktualnih dogodkov*). Dosegel je sedem všečkov, predvsem s strani zaposlenih na Gorenjskem glasu, medtem ko komentarja ali delitve na kakšnem drugem profilu ni bilo.

### 3. Multimedijalnost:

Pri multimedijalnosti sem se osredotočila na fotografije, fotogalerije in morebitne videoposnetke. Med 34 analiziranimi prispevki sem ugotovila, da je bilo po številu fotografij 24 prispevkov identičnih v tisku in na spletu. Pri petih prispevkih ni fotografije ne v tisku in ne v spletni izdaji, medtem ko sem pri enem prispevku, ki ni bil opremljen s fotografijo v tiskani izdaji, opazila, da je imel na spletni strani imel tri. Štirje prispevki so imeli obogateno fotogalerijo na spletni strani, kar pomeni, da je spletno uredništvo tem zgodbam namenilo več fotografij, kot jih je bilo v tisku. Manj fotografij na spletu kot v tisku ni imel noben prispevek. Na spletu ni bilo nobenega videoposnetka ali morebitne povezave do kakšnega videokanala.

## **6.2 Drugo raziskovalno vprašanje**

Empirični del naloge je za drugo raziskovalno vprašanje na temo omejitev spleta lokalnega medija vseboval tudi dva poglobljena intervjuja – z odgovorno urednico in spletno urednico. Rezultati pogovorov kažejo, da je Gorenjski glas najbolj omejen s finančne plati, saj ne prinaša prav nobenega dobička, kar je potrdila odgovorna urednica Marija Volčjak: »Dobička ni nobenega. Zaenkrat se s trženjem spleta sploh še ne ukvarjamo, saj na spletu nimamo nobenega

oglasa, prispevkov pa prav tako ne zaračunavamo. Trenutno ne razmišljamo, da bi uvajali plačniški sistem.« S finančno platjo je seveda povezana tudi ekipa v spletni redakciji, ki je majhna in pravzaprav obsega le spletno urednico Ano Volčjak. Tako se novinarji ne ločujejo na tiskane in spletne, temveč vsi pišejo prispevke za vse izdaje.

Uredništvo je naletelo na problem že pri sami postavitvi strani, ko so si sprva zamišljali, da bo spletna stran služila bolj aktualnim novicam, a so kmalu sprevideli, da takšen sistem tu ne deluje ravno najboljše. »Sprva sem mislila, da bo namen spletne strani Gorenjskega glasu bolj v aktualnih novicah, a sem potem videla, da to ne bo šlo. Ko smo uvedli novo podobo, so vsi po vrsti začeli prepisovati od nas – od radijskih postaj do manjših strani, pri tem pa niso navajali avtorjev,« razočarano ugotavlja odgovorna urednica, medtem ko spletna urednica Ana Volčjak doda, da čeprav ni namen spletnega Gorenjskega glasu biti najhitrejši v obveščanju, pa imajo vseeno razvejano novinarsko mrežo po celotni Gorenjski in s tem lokalne novice, ki jih drugi nimajo. »Leta 2013, po prenovi spletne strani, smo tako dobili nagrado *netko* prav s pojasnilom, da močno dvigujemo povprečje in kažemo smer ostalim regionalnim medijem. Spletna izdaja je še posebej namenjena tistim, ki nimajo možnosti branja tiskane.«

Digitalno podobo je Gorenjski glas namreč dobil pred približno desetimi leti, kar je bil po mnenju odgovorne urednice tudi glavni vzrok za pridobitev mlajšega občinstva. Bralna struktura se je namreč po podatkih Nacionalne raziskave branosti kar precej spremenila, saj je narasel odstotek občinstva med 30. in 40. letom starosti. »Poleg pridobitve digitalne podobe je Gorenjski glas leta 2004 prenovil celotno grafično podobo, ki je bila takrat kar revolucionarna. Celovita grafična podoba je tista, ki določa vse postavitve in vse predpise. Takrat smo uvedli tudi rubriko Razvedrilo, s čimer menim, da smo pritegnili še več mlajšega bralstva,« je povedala Marija Volčjak.

Čeprav teorija navaja podatke o padanju naklade (Aldridge 2007, 34), za Gorenjski glas za zadnjih 15 let ne drži, saj je naklada že od leta 2002 stabilna. »Naklada časopisa je bila najvišja v 70-ih letih, ko je znašala 26.000 izvodov, ampak v tistem času je bil Gorenjski glas resnično edini časopis na Gorenjskem,« je povedala Marija Volčjak, ki stabilnost naklade pripisuje njihovemu prilagajanju bralcem. Pišejo namreč o vseh tematikah. »Mi pišemo o cerkvi – ne o veri, ampak o dogodkih. Pišemo tudi o borbah in njihovih dogodkih. In to so bralci kar dobro sprejeli.« Zaradi stabilne naklade Gorenjski glas v zadnjih 15 letih tudi ni doživljal nobenih hujših zaposlitvenih pretresov, se pa od leta 2008 dalje bori z upadanjem oglaševanja. »Po letu 2008 se pozna hud upad oglasov. Toliko, kot je bilo oglaševanja pred krizo, menim, da ga ne bo nikoli več. Po letu 2008 so se pri nas oglasili skorajda razpolovili,« potrdi Marija Volčjak.

Podatki tako niso ravno v prid delovanju spletne strani, ki ne prinaša prav nobenega dobička. Pravzaprav je bil sam strošek postavitve strani in delovanje celotnega uredniškega sistema kar zajeten. »Spletno stran smo postavili pred desetimi leti, 2013 pa smo uvedli uredniški sistem, z modulom za splet. Vse skupaj je stalo okrog 300.000 eur,« še pove odgovorna urednica.

Čeprav je kvaliteta sodobnega spletnega novinarstva drugačna od drugih tradicionalnih oblik medijske produkcije (Deuze 1999, 377–379), pa v spletnem uredništvu Gorenjskega glasa urednica ni bila deležna kakšnih dodatnih izobraževanj. »Bila sem na tečaju za video produkcijo, medtem ko sem se obdelave fotografij naučila sama. Po izobrazbi sem sicer diplomirana ekonomistka, trženje in podobne predmete sem tako s pridom prenesla v prakso,« je povedala Ana Volčjak in ob tem še pripomnila, da se ji zdi izjemno pomembno nenehno spremljanje svetovnih trendov v medijih. Glede na to, da za spletne prispevke veljajo popolnoma drugačna pravila kot za tiskane, pa kakšnih občutnih razlik med analiziranimi prispevki ni bilo mogoče opaziti. Razlog znova tiči v stroških. »Večina prispevkov je res enakih, pomembnejše dogodke pa beležimo tudi s fotogalerijami. Dodatno delo bi bilo povezano z višjimi stroški, ki pa zaenkrat niso upravičeni, saj spletna stran ne prinaša omembe vrednih prihodkov,« priznava Ana Volčjak in obenem razlaga politiko delovanja spletnega uredništva, da aktualne dogodke na spletu objavijo takoj, v tiskani izdaji pa dan ali dva kasneje. »To so na primer smrtne prometne nesreče, zmage gorenjskih športnikov na velikih tekmovanjih, obiski pomembnih ljudi na Gorenjskem in podobno. Tak prispevek za splet je ponavadi krajši z več slikovnega gradiva, v tiskani izdaji pa poročamo bolj poglobljeno.« Nekaterе objave, predvsem vabila, ki jih prejmejo tik pred zdajci, objavijo le na spletu.

Ker interaktivnost sodi med lastnosti, ki splet pomembno razlikujejo od tradicionalnih medijev (Oblak in Petrič 2005, 15), je bilo pri analizi prispevkov precej presenetljiva ugotovitev, da te lastnosti v analiziranih prispevkih pravzaprav sploh ni. Ana Volčjak na to odgovarja: »Že od začetka se striktno držimo Zakona o medijih in žaljivih komentarjev ne objavljamo. Čeprav jih je zato manj, smo s tem dosegli, da so komentarji večinoma konstruktivni, bralci se ne skrivajo za vzdevki, njihove pripombe pa so običajno na mestu.« Socialna omrežja, ki vedno bolj krojijo vsakdanje življenje ljudi, so trenutno pri Gorenjskem glasu še šibka točka. »Od družbenih omrežij zaenkrat uporabljamo le Facebook. Naslednji korak k posodobitvi delovanja bo prilagoditev spletne strani mobilnim telefonom, razmišljamo pa tudi o plačljivih vsebinah,« je še dejala spletna urednica.

In pogled v prihodnost? Čeprav spletna urednica Ana Volčjak v prihodnosti vidi predvsem največji izziv v tem, da bo moral en sam človek narediti vse, pa si odgovorna urednica predvsem

prizadeva za pridobitev čim mlajšega občinstva, saj meni, da se najmlajše generacije dejansko s časopisom niti ne srečajo. »Sicer so otroci, ki pridejo z novinarskih krožkov k nam v hišo, kar zainteresirani, ampak teh je premalo. Večina jih je precej navajena na telefone in podobne aparate,« ugotavlja Marija Volčjak in v tej luči razmišlja, da bi za pritegnitev najmlajših morali imeti nekaj inovativnega, nekaj zares takšnega, kar bi oni sprejeli. »Tako vizualno kot vsebinsko privlačno in ne sme biti po šolsko, ampak drugačno!«

## 7 SKLEP IN ZAKLJUČEK

Čeprav prebiranje časopisov, še posebej med mlajšim občinstvom, po svetu strmo upada, pa za glavni komunikacijski kanal za obveščanje javnosti v lokalni skupnosti še vedno veljajo ravno lokalni in regionalni časopisi. Kot osnovni temelj za grajenje regionalne zavesti so pri lokalnem prebivalstvu še kako pomembni, saj se dotikajo in tudi obravnavajo teme, ki za osrednje časopise niso dovolj pomembne. Navedeno dokazuje tudi naklada pri analiziranem gorenjskem časopisu Gorenjski glas, ki je že več kot 15 let enaka.

Resda tehnološki napredek in z njim povezane spremembe narekujejo hitro prilagajanje in spreminjanje tradicionalnih oblik dela, a se je pri analiziranem časopisu pokazalo, da trenutno občutnih posegov v ustaljene delovne običaje ne potrebuje. Digitalna platforma, ki jo imajo, je sicer obiskana, a po zadnjih podatkih MOSS-a (Merjenje obiskanosti spletnih strani) sodi na dno lestvice merjenih 61 spletnih strani, saj je njen doseg obiskovalcev 1,6 %. Za primerjavo: regionalni časopis Dolenjski list je s svojo spletno platformo dosegel za en odstotek več obiskovalcev, medtem ko so Primorske novice s spletnim naslovom primorske.si dosegle kar 6,7 % obiskovalcev.

Nizek obisk spletne platforme Gorenjskega glasa bi lahko povezala s tem, da v uredništvu Gorenjskega glasa spletnega mesta ne postavljajo na prvo mesto, saj je njihov primarni izdelek tiskani časopis in zato ne sledijo geslu »web-first«. Ker spletna stran ne prinaša čisto nobenega dobička in je v tem pogledu Gorenjskemu glasu zgolj strošek, je temu primerno tudi ravnanje z njo. Novinarji niso posebej specializirani za delo na spletu, v spletnem uredništvu deluje zgolj ena oseba – to je spletna urednica.

Delo v spletnem uredništvu je tako povezano s financami in v tem pogledu izredno omejeno. Pri objavljanju spletnih prispevkov praktično ne sledijo temeljnim značilnostim spletnega

objavljanja, saj v analiziranih 34 prispevkih ni bilo uporabljene niti ene hiperpovezave, ne na zunanje, ne notranje vire. Spletna urednica je ugotovitev potrdila in povedala, da hiperpovezav nikdar ne uporabljajo.

Kar je objavljeno v tiskani verziji, je brez sprememb, dopolnitev, izvlečkov ali povabil na drugo platformo objavljeno tudi na spletu. Uredništvo na splet objavlja s časovnim zamikom, z izjemo izrednih novic, kot so prometne nesreče s smrtnim izidom ali pa zmage gorenjskih športnikov na pomembnejših športnih prireditvah. Te novice so objavljene najprej na spletu in potem dan ali dva kasneje v časopisu.

Interaktivnost med novinarji oz. uredništvom in bralci, ki prav tako velja za eno izmed glavnih značilnosti, je pri Gorenjskem glasu izjemno majhna, čeprav spletna stran omogoča komentiranje vseh prispevkov. Pri analiziranih 34 prispevkih nisem zasledila niti enega komentarja. Kot pravijo v uredništvu, temu botruje dejstvo, da žaljivih komentarjev ne odobravajo, zaradi česar je tovrstne interakcije manj, a je ta bolj konstruktivna. Socialna omrežja zagotovo niso izkoriščena v polni meri, saj od vseh orodij, ki so danes že na trgu (Instagram, Twitter, Snapchat...), uporabljajo le Facebook. Uredništvo se zaveda, da je branje na spletu v porastu, saj je tudi po podatkih MOSS-a trend dosega Gorenjskega glasa v naraščanju, zato se pripravljajo na naslednji korak, ko bodo prilagodili spletno stran mobilnim telefonom.

Multimedija, na katero sem bila tudi pozorna pri analizi, je v večini identična v tisku in spletu. Čeprav bi lahko pri določenih prispevkih, predvsem tistih, objavljenih v rubriki Razvedrilo, uporabljali tudi videoposnetke, se tega v spletnem uredništvu ne poslužujejo. Kot je povedala spletna urednica, so prispevki v večini enaki, z izjemo pomembnejših dogodkov, ki jih beležijo tudi s fotogalerijami.

Cilj magistrske naloge je bil odgovoriti na dve raziskovalni vprašanji, in sicer »Kakšne strategije uporablja Gorenjski glas pri spletnem objavljanju prispevkov?« in »Kakšne so omejitve lokalnih medijev na spletu?«. Z analizo besedila in poglobljenimi intervjuji lahko odgovorim, da se Gorenjski glas pri objavljanju spletnih prispevkov ne poslužuje klasičnih strategij, ki veljajo v svetu spletnih medijev. V grobem bi lahko zaključila, da za tem odgovorom stojita dva razloga: prvi je v tem, da želijo ohraniti časopis v klasični obliki in na splet objavljati le za tiste, ki si tiskane izdaje iz takšnih in drugačnih vzrokov ne morejo privoščiti; drugi razlog, ki pa obenem odgovarja tudi na drugo raziskovalno vprašanje, pa so finance. Ker spletna stran kot takšna ne prinaša finančnih prilivov, je za učinkovito delovanje



zelo omejena. Odgovorni v spletni izdaji trenutno ne vidijo večjega potenciala in so zato usmerjeni v tiskano obliko.

Čeprav je trenutno stanje v nakladi stabilno in odgovorni v Gorenjskem glasu spleta še ne doživljajo kot konkurenčne platforme, pa se obenem zavedajo, da tehnološkemu napredku ne bodo uspeli ubežati. Potencial tako vidijo v mladih, ki so sicer izjemno veščiči z mobilnimi napravami, a predstavljajo prihodnost in so najverjetnejši bralci novic. Odgovorna urednica tako vidi največji izziv prav v mladostnikih, ki jim je treba časopisni in medijski svet približati na nek izjemno inovativen način, jih pritegniti in potem tudi obdržati. To so namreč bodoči prebiralci novic.

## 8 LITERATURA

1. Aaker, David A., V. Kumar in George Day. 1998. *Marketing Research (6<sup>th</sup> ed.)*. New York: John Wiley & Sons Inc.
2. Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding the Local Media*. New York: Open University Press.
3. Amon, Smilja. 2008. Vloga slovenskega časopisja v združevanju in ločevanju slovenske javnosti od 1797 do 1945. *Javnost – the public* 15: 9–24.
4. Babbie, Earl R. 2007. *The practice of social research*. Belmont, ca: Thomson Wadsworth.
5. Baldrige, John in Bill Whitsitt. 2015. *Getting the News: Technology Changes Habits*. Dostopno prek: <http://eds.a.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=c24acf4a-b297-4221-9c8e-e6b7ece0c325%40sessionmgr4007&hid=4213> (8. maj 2017)
6. Bardoel, Jo. 2002. *The internet, Journalism and Public Communication Policies*. Gazette: The International Journal for Communication Studies 64 (5): 501–511. Dostopno prek: [http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1/Ingenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta938.pdf](http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1/Ingenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta938.pdf) (5. maj 2017)
7. Brezovšek, Marjan in Miro Haček. 2005. *Lokalna demokracija 2., Uresničevanje lokalne samouprave v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
8. --- 2012. *Politični sistem Republike Slovenije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
9. Brezovšek, Marjan in Simona Kukovič. 2012. *Organizacija lokalne oblasti v Sloveniji*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
10. Burns, Robert B. 2000. *Introduction to research methods*. London: Sage publications
11. Chung, Joo Chung, Yoonaje Nam in Michael Stefanone. 2012. Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors. *Journal of Computer-Mediated Communications*. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2011.01565.x/pdf> (1. februar 2017)
12. Cox, Bob. 2016. *Local journalism in Canada needs a boost*. Media Development. Issue 3, p9-13, 5p.

13. Crookes, Philip in Patrick Vittet-Philippe. 1986. *Local Radio and Regional Development in Europe*. London: University of Luton Press.
14. Čibej, Boris. 2009. Združene države Amerike: Kako so propadli časopisi. *Mediawatch*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/kriza/> (6. februar 2017).
15. Dahlgreen, Peter. 1996. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost 3, 59–72. Ljubljana: Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo.
16. Deuze, Mark. 1999. *Journalism and the Web: An analysis of skills and standards in an Online Environment*. *Gazette*, 61 (5): 373–390.
17. --- 2004. *What is multimedia journalism?* *Journalism studies* 5 (2): 132–152. Dostopno prek: [https://www.academia.edu/709236/What\\_is\\_Multimedia\\_Journalism](https://www.academia.edu/709236/What_is_Multimedia_Journalism) (23. februar 2017)
18. --- 2005. *What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered*. *Journalism*, 6 (4): 442–464.
19. --- 2007. *Media Work*. Cambridge: Polity.
20. --- 2009. *Technology and the individual journalist: Agency beyond imitation and change*. Dostopno prek: [https://www.researchgate.net/publication/283401646\\_Technology\\_and\\_the\\_individual\\_journalist\\_Agency\\_beyond\\_imitation\\_and\\_change](https://www.researchgate.net/publication/283401646_Technology_and_the_individual_journalist_Agency_beyond_imitation_and_change) (28. februar 2017)
21. Dornič, Jožica. 2009. *Medijska preža: Lokalne novice bodo ljudi vedno zanimale*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/36/industrija/#2> (11. junij 2009).
22. --- 2010. *Brez časopisov ni demokracije*. Dolenjski list (18. februar 2010)
23. --- 2014. *Vloga in pomen regionalnega tiska pri obveščanju. Diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
24. Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: FDV.
25. Eshet-Alkalai, Yoram in Nitza Geri. 2007. *Does the medium affect the message? The influence of text representation format on critical thinking*. *Human Systems Management*, 26, 269–279. Dostopno prek: [http://www.openu.ac.il/personal\\_sites/download/eshet%20&%20Geri%202007-Print%20vs.%20Digital.pdf](http://www.openu.ac.il/personal_sites/download/eshet%20&%20Geri%202007-Print%20vs.%20Digital.pdf) (12. marec 2017)
26. Ewart, Jacqui. 2000. *Capturing the Heart of the Region – how regional media define a community*. *Transformations*, No. 1. Dostopno prek:

- <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.136.317&rep=rep1&type=pdf> (15. maj 2017)
27. Franklin, Bob. 1998. *Local journalism and local media*. London: Routledge.
28. Gasher, Mike. 2008. Media Convergence. *The Canadian Encyclopedia*. Dostopno prek: <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/media-convergence/> (27. januar 2017)
29. Hafnar, Stane. 1987. *Javno obveščanje in informacijski sistem v občini Ribnica (elaborat za ustanovitev lokalne radijske postaje)*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
30. Harcup, Tony. 2004. *Journalism – Principles and Practice*. London: Sage Publications Ltd.
31. Hargreaves, Ian and James Thomas. 2002. *New News, Old News*. London: Independent Television Commission
32. Gorenjski glas. Dostopno prek: <http://www.gorenjskiglas.si/zgodovinapodjetja> (29. oktober 2016)
33. Gunter, Barrie. 2003. *News and the Net*. London: LEA.
34. Ivanič, Martin. 2001. *Kratka zgodovina Slovencev*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
35. Jenko, Irena. 2002. *Zgodovina časopisa Gorenjski glas*. Diplomsko delo. Maribor: Pedagoška fakulteta.
36. Jurič, Mate. 2014. *Reading in print and digital environment*. Dostopno prek: <http://ozk.unizd.hr/proceedings/index.php/lida/article/viewFile/150/198> (16. maj 2017)
37. Kalsin, Berrin. 2014. *Use Of New Media In The Local Press: Comparative Analysis Of Local Newspapers Websites In İzmir, Adana and Bursa*. Dostopno prek: <http://eds.b.ebscohost.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/eds/detail/detail?sid=9e0329b5-96e2-4852-a43a-7eb925928d68%40sessionmgr101&vid=0&hid=117&bdata=Jmxhbm9c2wmc2l0ZT1IZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=edsdoj.152c388c862e417ea196287df8796e19&db=edsdoj> (7. februar 2017)
38. Kawamoto, Kevin. 2003. *Digital journalism. Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Oxford: Rowman & Littlefield publishers Inc.
39. Kioussis, Spiro. 2010. *Interactivity: a concept explication*. Dostopno prek: <http://muhlberg.blogspot.si/2010/10/task-6-interactivity-concept.html> (20. februar 2017)

40. Kordeš, Urban in Maja Smrdu. 2015. *Osnove kvalitativnega raziskovanja*. Koper: Založba Univerze na Primorskem.
41. Liu, Ziming. 2005. *Reading behaviour in the digital environment: Changes in reading behaviour over the past ten years*. *Journal of Documentation* 61(6): 700–712.
42. Meadows, Michael. 1998. *Making Journalism: The media as a cultural resource*. *Australian Journalism Review*. Vol 20 (2): 1–23.
43. Merljak Zdovc, Sonja. 2007. *Preteklost je prolog: Pregled zgodovine novinarstva na Slovenskem in po svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
44. --- 2008. Slovenska revija Tovariš in njeni revialni »tovariši« v drugi polovici dvajsetega stoletja. *Javnost – the public* 15: 25–39.
45. Milosavljević, Marko. 2010. Ali zagotoviti sistemsko pomoč časopisom v času krize? *Mediawatch*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/38/politika/> (9. februar 2017).
46. Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport. 2013. *Redna letna raziskava stanja medijskega pluralizma v RS za leto 2012 na področju slovenskih tiskanih medijev, radijskih in televizijskih programov ter elektronskih publikacij*. Dostopno prek: [http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/MK-2013-porocilo\\_Mediana\\_FINAL\\_.pdf](http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/MK-2013-porocilo_Mediana_FINAL_.pdf) (17. maj 2017)
47. Ministrstvo za kulturo. 2014. *Pregled medijske krajine v Sloveniji*. Dostopno prek: [http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/2014/medijska\\_krajina\\_v\\_sloveniji\\_16042014.pdf](http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/raziskave-analize/mediji/2014/medijska_krajina_v_sloveniji_16042014.pdf) (6. februar 2017)
48. Mitchelstein, Eugenia and Pablo J. Boczkowski. 2009. *Between tradition and change: A review of recent research on online news production*. Dostopno prek: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884909106533> (1. februar 2017).
49. Morris, Merrill in Christine Ogan. 1996. *Journal of Communiation*. Indiana: Indiana University.
50. Nežmah, Bernard. 2012. *Časopisna zgodovina novinarstva*. Ljubljana: Študentska založba.
51. Nicodemus, Diane M. 2004. *Mobilizing Information: Local News and The Formation of Viable Political Community*. *Political Communication*, 161–176.
52. Oblak Črnič, Tanja. 2007. *Spletno novinarstvo skozi optiko novinarjev*. *Družboslovne razprave*, XXIII (2007), 54: 43–64
53. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: FDV.

54. Pavlik, John. 2000. *The Impact of Technology on Journalism*, Journalism Studies 1(2): 229–37.
55. Pečar, Janja. 2005. *Izbrani socio-ekonomski dejavniki po regijah*. Ljubljana: SOLOS.
56. Pew Research Center: Journalism & Media Staff. 1998. *Local versus National Papers*. Dostopno prek: <http://www.journalism.org/1998/07/13/local-versus-national-papers/>
57. Plazar Mlakar, Manca. 2000. Nekaj misli o regiji. *Urbani izziv 11* (2): 91–94.
58. Poler Kovačič, Melita. 2014. Etične dileme slovenskih spletnih novinarjev in urednikov. *Javnost – the public* 21: 113–130.
59. Roussel, Edward. 2008. *To prepare for the future, skip the present*. Nieman Reports. Dostopno prek: <http://niemanreports.org/articles/to-prepare-for-the-future-skip-the-present/> (12. maj 2017)
60. Shaker, Lee. 2016. *Who loves local news?* Media Development. Issue 3, p27-29, 3p.
61. Singer, Jane. 2008. *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang.
62. Sorlin, Pierre. 1994. *Mass Media*. New York: Routledge.
63. Splichal, Slavko in Colin Sparks. 1994. *Journalists for the 21st Century: Tendencies of Professionalization Among First-Year Students in 22 Countries*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.
64. Splichal, Slavko in France Vreg. 1986. *Množično komuniciranje in razvoj demokracije*. Ljubljana: Komunist.
65. Splichal, Slavko. 2000. *Novinarji in novinarstvo*. Javnost/The public, 7: 47–56.
66. Starr, Paul. 2013. »Slovo od dobe časopisov (Pozdravljena, nova doba korupcije): Zakaj se bosta ameriška politika in družba kmalu spremenili na slabše« v: *Časopisi brez bralcev?*, ur. Kotnik in Bašič, 181–202. Koper: Univerzitetna založba Annales.
67. Šubic, Simon. 2008. Politika in lokalni mediji – primer Gorenjski glas. *Diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
68. Urbančič, Jernej. 2012. Lokalni mediji v globalnem prostoru: vaško glasilo Murva. *Diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. Verbinc, France. 1997. *Slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
70. Vlaj, Stane. 2006. *Lokalna samouprava*. Ljubljana: Fakulteta za upravo.
71. Vobič, Igor. 2009. Konvergenca v novinarstvu: integracija uredništev v časopisnih hišah. Delo in Žurnal. *Mediawatch*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/35/splet/> (3. februar 2017).

72. --- 2012. Konvergenca novinarskih uredništev: detradicionalizacija v časopisnih organizacijah. *Javnost – The Public* 19: 49–66
73. Vrišer, Igor. 1998. *O regionalizaciji Slovenije*. V *Regionalizem v Sloveniji*, ur. Ciril Ribičič, 131–141. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
74. Willis, Gordon B. 2005. *Cognitive Interviewing: a tool for improving questionnaire design*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

# PRILOGE

## PRILOGA A: Intervju z odgovorno urednico Gorenjskega glasa Marijo Volčjak

### 1. Koliko časa ste že odgovorna urednica Gorenjskega glasa? Kakšna je vaša karierna pot v Gorenjskem glasu?

Imam že 40 let delovne dobe, od tega se kar 39 let že pri Gorenjskem glasu. Prišla sem leta 1978 kot novinarka in sem kot novinarka delala do leta 2001. Najprej sem pisala o kulturi, na koncu pa sem se specializirala za gospodarstvo. Torej, leta 2001 sem postala odgovorna urednica. Se prav spomnim, ko je bila ena mojih prvih številčk napad na dvojčka v New Yorku. Takrat smo bili res v dilemi, kako o tem poročati. No, skratka, leta 2002 pa so potem odstavili takratnega direktorja, in na njegovo mesto za eno leto postavili mene. No, to eno leto se je raztegnilo vse do današnjega časa.

### 2. Kako se je v tem času spreminjala naklada časopisa?

Naklada časopisa je bila najvišja v 70-ih letih, ko je bil direktor še Igor Slavec. Takratna naklada je bila 26.000, ampak takrat je bil Gorenjski glas resnično edini časopis na Gorenjskem. Takrat ni bilo nobenega rumenega tiska, ničesar. Delo in Dnevnik sta bila, ostalega pa ni bilo. Takrat je bil vrhunec. Kasneje, leta 2002, ko sem jaz prevzela vodstvo, smo imeli na seznamu 19.000 naročnikov, vendar jih ogromno ni plačevalo naročnine. Takrat je bil v vzponu trend brezplačnikov in ljudje so kar računali, da bo Gorenjski glas postal brezplačnik. Imeli smo skoraj 3.000 ljudi, ki niso plačevali naročnine. No, po izločitvi teh 3.000 smo pristali na 16.000 izvodov in takšna številka je tudi današnja. Naša naklada je stabilna, kar je pravzaprav precej zanimivo. Menim, da zato, ker se je uredniška politika tudi malo prilagajala bralcem. Mi namreč pišemo za vse. Mi pišemo o cerkvi – ne o veri, ampak o dogodkih. Pa tudi o borcih – o dogodkih. In to so bralci kar dobro sprejeli. Ta koncept se mi zdi kar pravilen. Je pa res, da se po letu 2008 pozna hud upad oglasov. Toliko, kot je bilo oglaševanja pred krizo, menim, da ga ne bo nikoli več. Po letu 2008 so se pri nas za približno polovico oglasi razpolovili. Ta vir prihodka je zelo slab. Spletnih prispevkov pa zaenkrat ne računamo, saj vse dajemo na splet z zamikom in se mi ne zdi smiselno teh zadev računati. Ne vem, ali je ta pot prava ali ne. Dejstvo je, da bodo ljudje, ki spremljajo spletne strani, šli ob neki udarni novici najprej pogledati najmočnejše tri spletne portale, ne Gorenjski glas. Gorenjci radi berejo o sebi, kaj se je dogajalo sosedu in podobno.

Na splet smo dali tudi vse stare številke in ljudem je to zelo zanimivo brati. Ko vidijo, kaj se je dogajalo pred 50 leti, ko so se oni rodili. In njim tega ne morem še enkrat računati. Saj so takrat plačali, zdaj jim ni treba še enkrat.

### 3. Kako ste soočali s spremembo naklade – ste zaradi tega kaj spreminjali (odpuščanja, zaposlovanja, reorganizacija, dodatno oglaševanje...)?

Pravzaprav ne, ker je bila naša naklada ves čas stabilna. Pred 10 leti se je kader precej zamenjal, saj jih je šlo kar nekaj v pokoj in so k nam prišli mladi novinarji, ki so bili sprva še študentje, potem pa sem vse zaposlila. Nekaj imamo seveda honorarcev, ki pišejo le rubrike. Ne pokrivajo dogodkov, ampak pišejo le rubrike. Medtem ko novinarji, ki pokrivajo dogodke, so pa vsi zaposleni.

### 4. Kdaj je Gorenjski glas pravzaprav dobil tudi prvo digitalno podobo? Zakaj ste se odločili tudi za spletne izdaje?



Pred desetimi leti, če se ne motim. Leta 2013, ko smo spremenili podobo strani, se nam je prvi oglasil en vojak iz Afganistana. Najbrž mu je bilo dolgčas in ga je malo dajalo domotožje. Enako je z zdomci. Enkrat sem bila na obisku v Argentini in si so mi razlagali, kako spremljajo našo spletno stran in berejo novice. Sem bila prav presenečena, vendar se je treba zavedati, da oni te zadeve lahko izvedo šele mesec kasneje. Ne potrebujejo ažurnih informacij.

**5. Po podatkih tržne raziskave se je starostna struktura bralcev spremenila, predvsem zanimiv je podatek o pridobitvi mlajšega občinstva. Kaj, menite, je glavno, kar je v zadnjih letih pritegnilo mlajše občinstvo?**

Gorenjski glas je leta 2004 prenovil celotno grafično podobo, ki je bila takrat kar revolucionarna. Gorenjski glas je bil grafično precej zastarel. In te celovite grafične podobe se zelo dosledno držimo. V izjemnem primeru mogoče res malce odstopamo, ampak sicer pa ne. Celovita grafična podoba je tista, ki vse določa, vse je predpisano, kam fotografija, na koliko znakov in podobno. No, in takrat smo uvedli tudi Razvedrilo, s čimer menim, da smo pritegnili še več mlajšega bralstva. V Razvedrilu je precej vsebin, ki so zanimive za mlade – koncerti, potopisi... In to ne le z lokalnega področja, ampak tudi širše. Ta sprememba je ljudi tudi zmotila, seveda, ampak se je vse skupaj potem dobro vneslo. Rubrika ima vedno stalno mesto in tega se držimo. Ljudje so se navadili in potem nenazadnje spremembo dobro sprejeli.

**6. Imate morda kakšno vizijo za pridobitev čim mlajšega občinstva (otroški časopis, priloga?)?**

Problem vidim v najmlajših, ki zadeve res spremljajo le še preko telefonov. Brez mobilnih ne grejo nikamor. In te najmlajše generacije se dejansko s časopisom niti ne srečajo. Sicer otroci, ki pridejo z novinarskih krožkov k nam v hišo, so kar zainteresirani, ampak teh je premalo. Večina jih je precej na telefone navajena. Če bi želeli pritegniti najmlajše, bi res morali imeti nekaj inovativnega, nekaj zares takšnega, kar bi oni sprejeli. Vizualno privlačno, vsebinsko nekaj, kar je njim blizu...Ne sme biti tako po šolsko, ampak drugačno. Tudi ko imamo mi opravka z njimi, pazimo, da učiteljic ni poleg. Skratka, moramo priti do zelo dobre ideje, kako zapeljati zadevo z mladimi.

**7. Kakšna so bila pričakovanja ob postavitvi spletne strani?**

Sprva sem mislila, da bo bolj aktualna, ampak sem potem videla, da to ne bo šlo. Ko smo uvedli novo podobo, so vsi po vrsti začeli prepisovati od nas – od radijskih postaj do manjših strani. Sprva niso niti avtorjev navajali in mnogi naši novinarji so bili zelo užaljeni. Prav smešno je bilo, ko smo mi nekaj objavili s precejšnjim zamikom, potem pa je še takratni radio Belvi to objavljal kot temo dneva. Mislim, da je največji problem v stroških – drugi mediji zelo varčujejo in ne hodijo več na teren, mi imamo pa še vedno precej močan kader.

**8. Glede na to, da založniki 90 odstotkov prihodkov še vedno ustvarijo s tiskom, me zanima, kakšen strošek oz. dobiček predstavlja splet za GG?**

Dobička ni nobenega. Zaenkrat se s trženjem spleta sploh še ne ukvarjamo, niti nimamo plačljivih prispevkov. Trenutno ne razmišljamo, da bi uvajali plačniški sistem. Tudi, če bi tržili, ne bi imeli tega agresivnega trženja. V prihodnosti edino razmišljamo o tem, da bi morda uvedli rumene strani. Skratka, najti moramo še tržno nišo, ki je drugi še nimajo.

**9. Kakšen je (bil) predviden strošek (v odstotkih proračuna) delovanja spletne strani?**

Spletno stran smo postavili pred 10 leti, 2013 pa smo uvedli uredniški sistem, z modulom za splet. Mene je zelo motilo, da je bilo s spletom veliko dela. Zato sem rekla, da je treba postopke poenostaviti. Zato imamo zdaj uredniški sistem, kjer je vsebina najpomembnejša. Od leta 2013

imamo novo spletno stran, kjer je vse skupaj stalo 300.000 eur. Ne vem, koliko je bilo od tega samo za spletno stran namenjeno. Ampak ta uredniški sistem je krasen. Od tod vse vidim, kaj kdo piše, kdaj je zaključeno. Vsi imajo dostop do tega sistema. Tudi članki se oddajajo s tem sistemom. Vse je tukaj. Ta sistem ima ogromno možnosti, veliko je še neizkoriščenega. Zaenkrat še nimamo web-first, ampak če bi želeli, bi lahko to storili. A trenutno še ne želimo tega.

**10. Kakšen je bil odziv zaposlenih, ko ste se odločili tudi za spletne izdaje?**

Njihov odziv je bil: »A zdaj pa še to?« Mi morda nismo ravno najboljši primer, ker nimamo web-first modela. Če oz. ko ga bomo imeli, bodo pa verjetno precej bolj drastični odzivi. Je pa res, da je morda, kot zanimivost, nov sistem najboljše in najhitreje usvojil najstarejši novinar. Jaz menim, da so novosti vedno stvar odločitve, in ne stvar let.

**11. Kako ste pripravili zaposlene (tiste, ki se jih tiče) na postavitve spletne strani? Ste imeli kakšna dodatna izobraževanja glede digitalne podobe?**

Ana je edina v spletni redakciji in ni imela nobenih dodatnih izobraževanj. Pravzaprav je diplomirala na Ekonomski fakulteti in precej zanimanja je kazala za splet. Po diplomi sem jo vprašala, če bi ji bilo zanimivo urediti našo spletno stran – ker je tehnološko precej spretna in ker ji je tehnologija blizu.

## **PRILOGA B: Intervju s spletno urednico Ano Volčjak**

### **1. Koliko časa ste že spletna urednica? Kakšna je vaša karierna pot v Gorenjskem glasu?**

Gorenjski glas sem začela spoznavati že v otroških letih, takrat me je mama, ki je kot novinarka pokrivala področje kulture, velikokrat vzela s seboj na odprtje razstav in podobnih prireditev. Kasneje se novinarskega poklica spomnim predvsem po tem, da je delala ob nedeljah, ko so drugi hodili na družinske izlete. Moje sodelovanje s podjetjem pa se je začelo v študentskih letih, sprva zaradi želje po zaslužku, ki je šel za potovanja. Pisala sem lahkotnejše prispevke za razvedrilo, kasneje sem pomagala v računovodstvu, v naročniški službi, delala korekturo v pripravi za tisk. S tem sem dodobra spoznala podjetje in zaposlene, kar mi je deset let nazaj, ko smo snovali prvo resnejšo spletno stran, zelo pomagalo. Od leta 2007 sem tudi spletna urednica.

### **2. Kako ste se soočili z vlogo spletne urednice? Ali ste imeli kakšna dodatna izobraževanja, vezana na temo spletnega objavljanja?**

Posebnega izobraževanja za spletne urednike pravzaprav ni bilo, je pa to delo, ki poleg splošne razgledanosti zahteva poznavanje več strok. Poleg novinarstva tudi nekaj računalništva, dobro poznavanje svetovnega spleta, vsaj osnove programiranja. Bila sem na tečaju za video produkcijo, obdelave fotografij sem se naučila sama. Po izobrazbi sem diplomirana ekonomistka, trženje in podobne predmete sem s pridom prenesla v prakso. Pomembno je spremljanje svetovnih trendov v medijih, v ta namen se udeležujem konferenc, ki jih recimo organizira WAN-IFRA (World Association of Newspapers and News Publishers).

### **3. Kakšna je organizacija zaposlenih v spletnem uredništvu? Ali je poleg vas še kdo v spletnem uredništvu?**

Novinarji se ne ločujejo na tiskane in spletne, vsi pišejo prispevke za vse izdaje. Res pa je, da imajo s spletno izdajo več dela tisti novinarji, ki pokrivajo bolj aktualne novice, kot sta kronika in šport. Kadar sem odsotna, me nadomešča eden od novinarjev-urednikov.

### **4. Ali razpolagate s podatki o branosti spletnih izdaj? Če da, kakšna je branost?**

Po zadnjih podatkih MOSS-a (Merjenje obiskanosti spletnih strani) je imel Gorenjski glas meseca aprila 156.729 prikazov, doseg je bil 20.431 (1,6%) in 71.262 obiskov. Gre za izključno slovenske obiskovalce.

### **5. Za spletne prispevke veljajo drugačna pravila objave kot za tisk. Pri pregledovanju in analiziranju različnih prispevkov sem ugotovila, da pravzaprav med tiskanimi in spletnimi prispevki ni razlike. Kako to?**

Večina prispevkov je res enakih, pomembnejše dogodke pa beležimo tudi s fotogalerijami. Dodatno delo bi bilo povezano z višjimi stroški, ki pa zaenkrat niso upravičeni, saj spletna stran ne prinaša omembe vrednih prihodkov.

### **6. Kakšna je pravzaprav politika delovanja – ali vam novinarji kaj posebej pripravijo za splet? Ali se kdaj kakšne objave/vabila ali kaj podobnega znajde le na spletu, v tisku pa ne?**

Kadar gre za aktualne dogodke, objavimo na spletu takoj, v tiskani izdaji pa dan ali dva kasneje. To so na primer smrtne prometne nesreče, zmage gorenjskih športnikov na velikih tekmovanjih, obiski pomembnih ljudi na Gorenjskem ... Tak prispevek za splet je ponavadi krajši z več slikovnega gradiva, v tiskani izdaji pa poročamo bolj poglobljeno. Nekatere objave, to še posebej velja za vabila, ki jih prejmemo tik pred zdajci, pa objavimo le na spletu.

**7. Pri spremljanju in primerjanju tiskanih in spletnih prispevkov sem opazila, da vse, kar je objavljeno v tisku, objavite tudi na spletu. Po kakšnem ključu objavljate prispevke?**

Aktualni dogodki imajo prednost, z ostalimi pa malo počakamo, saj se je z leti pokazalo, da našo spletno stran spremljajo tudi drugi mediji, ki izhajajo pogosteje in radi od nas prepisujejo. Tudi do naročnikov, ki za tiskano izdajo plačajo, ne bi bilo pošteno, da so vsi članki brezplačno takoj na voljo na spletu.

**8. Pod analiziranimi prispevki nikjer nisem zasledila niti enega komentarja bralcev. Ali se sicer bralci kaj vključujejo v zapisano? Morda preko socialnih omrežij?**

Že od začetka se striktno držimo Zakona o medijih in žaljivih komentarjev ne objavljamo. Čeprav jih je zato manj, smo s tem dosegli, da so komentarji večinoma konstruktivni, bralci se ne skrivajo za vzdevki, njihove pripombe so običajno na mestu. Tudi sicer so naši bralci pogosto v stiku z novinarji, bodisi na terenu ali preko elektronske pošte in telefona. Sami nas obveščajo o dogodkih, predlagajo, o čem naj pišemo, potožijo, kaj jih muči.

**9. Kakšen je, po vašem mnenju, namen spletnega izdajanja?**

Vsekakor ni namen spletnega Gorenjskega glasa biti najhitrejši v obveščanju, to mesto prepuščamo drugim, večjim medijskim hišam. Imamo pa razvejano novinarsko mrežo po celotni Gorenjski in s tem lokalne novice, ki jih drugi nimajo. Leta 2013, po prenovi spletne strani, smo dobili nagrado netko prav s pojasnilom, da močno dvigujemo povprečje in kažemo smer ostalim regionalnim medijem. Spletna izdaja je še posebej namenjena tistim, ki nimajo možnosti branja tiskane.

**10. Po podatkih tržne raziskave se je starost bralcev spremenila, precej več je mlajšega občinstva. Menite, da je poleg oblikovno vsebinske preнове temu botrovala tudi digitalizacija?**

Menim, da je mlajše občinstvo poleg oblikovne preнове privabila predvsem priloga razvedrilo, ki ponuja lahkotnejše branje. Demografski profil kaže, da je največ obiskovalcev naše spletne strani starih od 40 do 49 let, teh je 25 odstotkov, sledijo stari od 30 do 39 let, teh je 23 odstotkov, nato pa 22 odstotkov starih od 50 do 59 let. Povečuje se delež starejših, 13 odstotkov obiskovalcev je starih od 60 do 75 let.

Bolj kot starostna se mi zdi zanimiva regijska sestava. 35 odstotkov obiskovalcev prihaja z Gorenjske, kar 27,5 odstotka pa iz Osrednjeslovenske regije. Skleпам, da so to povečini Gorenjci, ki se dnevno vozijo v službo v Ljubljano in nimajo dostopa do tiskane izdaje. Tudi odziv zdomcev je presenetljiv, zelo so veseli spletne izdaje, saj na tiskano čakajo tudi po več tednov.

Vsekakor je tudi digitalizacija naredila svoje, v zadnjem letu smo največ pohval dobili za arhiv. Brezplačno so na voljo vsi časopisi od leta 1948 naprej, kar je nedvomno bogata kulturna dediščina.

**11. Gorenjski Glas zadnja leta pospešeno vlaga v razvoj in uporabo novih tehnologij. Morda lahko malce konkretizirate – Facebook, Twitter, Snapchat, prilagoditev spleta mobilnim telefonom...? Kako operirate s temi orodji?**

Največja prelomnica je bila uvedba uredniškega sistema Newscycle, ki je avtomatizirala in s tem poenostavila delo na spletni strani, hkrati pa odprla nove možnosti razvoja. Naslednji korak bo prilagoditev spletne strani mobilnim telefonom, razmišljamo tudi o plačljivih vsebinah. Od družbenih omrežij zaenkrat uporabljamo le Facebook.

Zdi se, da bo največji izziv fleksibilnost novinarjev, razvoj gre namreč v smeri, da en sam človek naredi vse od a do ž. Novinarji bodo tako napisali več različic članka, fotografirali in posneli video ter vse skupaj objavili.