

Tanja Oblak Črnič\*

## Spletno novinarstvo skozi optiko novinarjev

*POVZETEK: Spletno novinarstvo je kontroverzna novost in odzivi nanj so zelo različni. Profesionalna novinarska srenja se na izzive spletnih okolij, ki jih označujejo načela hipertekstualnosti, interaktivnosti in multimedijskih oblik posredovanja vsebin, prilagaja že vsaj desetletje. Kljub temu da je svetovni splet nedavno slavil 15-letnico, proučevanje učinkov spletnega novinarstva na novinarsko delo v znanstvenih teoretskih in empiričnih raziskavah ni pogosto. Zato se s pričujočim prispevkom lotevamo vprašanja, kako uvajanje spleta doživljajo in interpretirajo novinarji v kontekstu svojega poklica. Z vpogledom v eno bolj svežih empiričnih študij o spremenjeni vlogi »evropskega novinarja« v dobi interneta prikazujemo stališča časopisnih novinarjev do vstopa interneta v njihove redakcije in posledic, ki jih prinaša v profesionalno delo, ter njihov odnos do pomena spletnega novinarstva.*

*KLJUČNE BESEDE: spletno novinarstvo, interaktivnost, hipertekstualnost, adopcija, uporaba in učinki interneta*

### 1 Uvod

Pričakovanja o tem, kako lahko spletno novinarstvo popestri ali osiromaši novinarski poklic, so različna. Kawamoto (2003) ne skriva navdušenja nad možnostmi, ki jih prinaša internet kot podporna tehnologija novim trendom v novinarstvu. Digitalno novinarstvo po njegovem mnenju novinarjem omogoča, da

z manj omejitvami kot v tradicionalnih novičarskih medijih povedo zgodbo na dinamičen ali robusten način. Poudarijo lahko širino in globino zgodbe ter uporabijo več načinov za vključitev potrošnikov novic. /.../ Ravno tako lahko emancipira skupine brez državljanskih pravic in olajša novičarske ter informacijske tokove med državljani in aktivisti (Kawamoto 2003: 176).

Načinov, kako naj bi se t. i. spletna oblika novinarstva manifestirala v praksi, je več, segajo pa od novih vzorcev produkcije zgodb, njihovih predstavitev na spletu in še čez – vse do novih možnosti za vzpostavljanje stika z občinstvom.

---

\* Tanja Oblak Črnič je docentka na Katedri za medijske in komunikacijske študije na FDV. Pričujoče besedilo je rezultat raziskovalnega dela v okviru mednarodnega projekta evropske mreže COST A20 »The Impact of Internet on Mass Media«.

Kljub tem pozitivnim spremembam, nadaljuje Kawamoto, učinki niso nujno revolucionarni, saj se spričo računalniških in drugih digitalnih tehnologij bolj spreminja »obraz, ne pa tudi duša novinarstva« (Kawamoto 2003: 167). Neodvisno od novosti, ki jih prinašajo internetne možnosti pri posredovanju in produkciji novinarskih zgodb, ostaja namreč človeška stran novinarstva »brezčasna veščina in vrednota« (Kawamoto 2003: 168). Kakovostni medosebni stiki, poglobljeno delo na terenu, spoštovanje zanesljivih virov in profesionalna odgovornost do verodostojnih, zanesljivih in preverjenih informacij ostajajo ključne vrline tega poklica. Novinar torej, četudi v svežem, tehnično izpopolnjenem multimedijem okolju, še vedno potrebuje osnovne veščine, ki jih poznajo »stare«, tiskane ali radiodifuzne oblike medijske produkcije.

Vpeljevanje novih tehnoloških orodij in odzivanje na zahteve vse bolj razširjenega spletnega sveta sta za medijska okolja kompleksen in večstopenjski proces. Sočasno z vpeljavo novih tehnologij v medijske hiše je priporočljivo, da novinarji in njihovi uredniki spoznajo in osvojijo niz novih delovnih praks (Gunter 2003: 89), prek njih pa kritično reflektirajo obstoječa načela svojega dela. Način implementacije spletnih komunikacijskih in informacijskih oblik v novinarsko delo je nadalje pogojen s samim razumevanjem izvornih načel delovanja spleta. Dokler ostaja uresničevanje idejnih zasnov spleta, kot so interaktivnost, hipertekstualnost, dostop do arhivov ipd., zgolj poljubna izbira uredniških politik, ne pa tudi *normativna zaveza* novinarskega ustvarjanja, ostaja splet kot kritično informativno in tudi izobraževalno orodje slabo izkoriščen, mediji v spletnih različicah pa le skromen posnetek ali podaljšek njihovih klasičnih dvojnikov. Če k temu prištejemo še neizogibne pritiske, ki jih v odločanje o spletnih izkoristkih vnašajo zunanji ekonomski dejavniki, konkurenčnost, oglaševalski lobiji ipd., potem je razumljivo, da je učinkovitost določenega spletnega medija pogojena s številnimi možnostmi in večplastnimi okoliščinami.<sup>1</sup>

Problem, ki ga skušamo na tem mestu natančneje proučiti, zadeva le eno ožjih ravni tega kompleksnega krogotoka sprememb in odzivov na pojav spletnega novinarstva. Zastavljamo si namreč vprašanje, kako se z internetnimi novostmi srečujejo novinarji v praksi. Kako se odzivajo na zahteve spletnega sveta in kako ocenjujejo spremembe, ki jih ta prinaša? Ko Splichal (2000) opisuje ključne razvojne korake v zgodovini novinarstva, med drugim nedvoumno zapiše, da so meje med novinarstvom in nenovinarstvom postale še posebej nejasne ravno v računalniško posredovanem komuniciranju, kjer »milionji 'obiskovalcev' interneta neprekinjeno ustvarjajo, poustvarjajo in posredujejo informacije« (Splichal 2000: 48). Zato ne preseneča, da se je v zadnjih letih intenzivno povečala znanstvena pozornost do proučevanja učinkov, ki jih v novinarstvo prinaša razširjenost spletnih oblik komuniciranja in produkcije vsebin na spletu (Deuze 1999, 2005; Garrison 2001; Gunter 2003; Kawamoto 2003; Singer 2003).

Pričujoči prispevek se tovrstnih dilem loteva skozi dialog med teoretskimi zastavitvami in empiričnimi izsledki, a v zamejenem pogledu. Organizacijska novinarska kultura

---

1. O raznolikih prijemih posamičnih medijskih hiš nazorno govori ena zadnjih promocijskih akcij spletne različice dnevnika Delo, ki skuša spletne bralce privabiti k ustvarjanju »E-junaka našega časa«. Gre za spletno delavnico pisanja literarnega romana, kjer naj bi se znanemu slovenskemu pisatelju Feriju Lainščku pridružili drugi pisci in avtorji.

se na izzive spletnih okolij odziva že vsaj desetletje, raziskave o odnosu novinarjev do tehnoloških inovacij, kot je internet, pa so še vedno razmeroma redke. V času zgodnjega vkorakanja interneta v redakcije medijskih hiš se je več pozornosti namenjala analizi prisvajanja tehnologij ali uporabi spleta med novinarji (gl. Garrison 1998), manj pa vprašanju, kako uvajanje teh tehnoloških novosti doživljajo novinarji v polju svojega poklica. Zato na tem mestu ponujamo vpogled v eno bolj svežih empiričnih študij o »evropskem novinarju in internetu«,<sup>2</sup> katere namen je bil ugotoviti, kako se je z obstojem spleta v tiskanih medijih spremenila percepcija novinarskega dela: katere so bile ključne ovire ob vstopu interneta v časopisne redakcije, kako novinarji pozicionirajo nova spletna orodja za zbiranje informacij, kakšne učinke ima po njihovem mnenju internet na uresničevanje novinarskih ciljev in kakšen odnos imajo do spletnega novinarstva; to je le nekaj vprašanj, na katera skuša odgovoriti omenjena študija.

Empirični projekt, zasnovan kot neke vrste evropski barometer o učinkih interneta na percepcijo vloge in ciljev novinarskega dela, predstavlja uvid v nove medijske okoliščine izključno skozi novinarsko optiko. Zaradi v mednarodnem pogledu pionirsko zastavljenega projekta, ki je v fazi izvedbe naletel na več težav, tukaj predstavljenih podatkov ne moremo posploševati na celotno evropsko novinarsko srenjo.<sup>3</sup> Zato na tem mestu omenjamo le tiste, ki so empirično gledano dovolj informativni, z analitičnega vidika pa provokativni do te mere, da dobesedno kličejo po bolj poglobljenem raziskovanju v prihodnje. Ker v slovenskem prostoru podobnih raziskav ne poznamo, se analize navedenih dilem lotevamo tudi s poudarkom na izsledkih, ki so značilni za sicer skromen vzorec slovenskih časopisnih novinarjev.

V prispevku najprej naslovimo ključne izzive, ki jih spletni mediji prinašajo za novinarsko delo; tu izpostavimo pomen spletnega načina komuniciranja in posamičnih lastnosti, kot so interaktivnost, hipertekstualnost, multimedijalnost in arhivskost, ter se spopademo s kontroverzno tezo, da prihaja s pojavom spletnega medijskega prostora do rahljanja tradicionalne ideologije novinarstva kot poklica. V tretjem delu članka se podrobneje soočimo s trendi, ki naj bi jih internet vnašal v praktične okvire novinarskega dela. Z vpogledom v nekatere dosedanje empirične študije (Singer 1996; Ruggiero 1998; Schultz in Voakes 1999) in s pomočjo omenjene raziskave prikazujemo stališča novinarjev o učinkih interneta na več ravneh: 1) na ravni adopcije in uporabe spletnih orodij, 2) na ravni percepcije, kako se s pojavom interneta spreminjajo cilji novinarskega dela, in 3) na ravni odnosa novinarjev do učinkov, ki jih splet prinaša v obstoječe novinarske prakse, njihovo profesionalno vlogo, odnos do javnosti, etiko in prihodnost tiskanih medijev, pri čemer nekatere od teh stališč analiziramo ločeno glede

---

2. Gre za evropski projekt, ki smo ga v okviru raziskovalne mreže COST A20 izpeljali pod strokovnim vodstvom Arija Heinonena in Johna O'Sullivan. Pri projektu je sodelovalo 11 evropskih držav, metodološka ozadja in konkretni rezultati empirične raziskave so podrobneje opisani v poglavju 3.

3. Omejitve znotraj posameznih držav, ki so sodelovale pri projektu, so pokazale, da so bile v izvedbenem smislu nekatere razlike med njimi prevelike, da bi iz tako pridobljenih podatkov izpeljali statistično gledano ustrezne primerjalne ocene med njimi. Zato se članek v večji meri naslanja na generalizirane ugotovitve, in ne na razlike med zajetimi državami.

na novinarski profil. V sklepni sintezi dodajamo še morebitne nastavke za prihodnje raziskovanje.

## 2 Spletno novinarstvo kot izziv novinarskemu delu

S popularizacijo spleta kot medija se pojavljajo različni razvojni trendi, ki se v medijski produkciji in novinarstvu manifestirajo kot nova »kibernetška«, »digitalna« ali »spletna medijska logika« (Dahlgren 1996; Deuze 2001; Livingstone 1999; Oblak in Petrič 2005). Po Dahlgrenovem mnenju je vsak medij zavezan »svoji« medijski logiki, ki se natančneje nanaša na

posebne institucionalno strukturirane značilnosti medija, na združenje tehničnih in organizacijskih lastnosti, ki učinkujejo na to, kaj in kako je skozi medij predstavljeno. Z drugimi besedami, medijska logika kaže na specifične forme in procese, ki organizirajo delo znotraj nekega določenega medija. Kljub temu se medijska logika nanaša tudi na kulturne kompetence in okvire dojemanja občinstev/uporabnikov, kar posledično utruje tudi načine, kako znotraj nekega medija poteka produkcija (Dahlgren 1996: 63).

Zaradi povečevanja količine informacij in dostopa do njih, vse težjega razlikovanja med novinarstvom in nenovinarstvom, naraščajoče notranje heterogenosti novinarstva kot profesije in splošnega padca bralne publike nastaja nova, posebna medijska logika, kar je Dahlgren zaznal že pred desetletjem (1996: 62–63), danes pa jo nekateri avtorji štejejo kar za »četrto vrsto novinarstva«, ki stopa za tiskanim, radijskim in televizijskim novinarstvom (Deuze 1999).

### 2.1 Temelji spletnih medijskih formatov

Pri oblikovanju t. i. »spletne medijske logike« imajo kot specifične lastnosti svetovnega spleta in računalniško posredovanega komuniciranja največjo vlogo štirje dejavniki, ki zadevajo tudi ključne idejne temelje samega razvoja in nastanka spleta. Od izhodiščnega razumevanja njihove strukturne vloge in praktičnega pomena znotraj spletne medijske produkcije pa je odvisno, kako bodo spletne različice medijskih formatov (časopisov, revij, radijskih ali televizijskih oddaj in novic) sprejete v polju novinarskega dela in kako bodo dostopne javnosti.

Za začetek na kratko povzemimo naravo in možne učinke teh štirih dejavnikov, med katere spadajo multimedijalnost, hipertekstualnost, interaktivnost in arhivskost (Dahlgren 1996: 64).<sup>4</sup> *Multimedijalnost* je izraz, ki opisuje konvergenco na ravni medijskih formatov oz. oblik, prek katerih mediji posredujejo svoje vsebine. Gre za vse večje prepletanje besedil z zvokom, glasom, fotografijami, videoformatom in drugimi vizualnimi podobami. *Hipertekstualnost* je pojem, ki se v splošnem nanaša na stopnjo povezanosti posameznih enot oz. delov sporočil v neskončno verigo integriranih vsebin. V praksi je hipertekstualnost ključni odmik od tradicionalnega, linearnega načina podajanja vsebin,

---

4. Bolj kritični in poglobljeni premisleki o odnosu do naštetih dejavnikov so temeljiteje predstavljeni v monografiji Oblak in Petrič (2005), kjer smo izbrane lastnosti medijske produkcije na spletu preverjali tudi v empiričnem smislu. Ocenjujemo, da bi podroben prikaz tamkajšnjih ugotovitev presegel namen tukajšnjega dela.

kar je tako z vidika produkcije kot tudi z vidika potrošnje vsebin posebna novost.<sup>5</sup> *Interaktivnost* v tehničnem smislu pomeni edinstveno lastnost računalniško posredovanega komuniciranja, kjer sta produkcija in potrošnja vsebin povsem enakovredni funkciji, zanimiva pa je predvsem zaradi njenih pričakovanih učinkov: povečana možnost interaktivnosti prinaša bralcem večjo svobodo pri samostojnem izbiranju medijskih vsebin in na ta način bistveno zmanjšuje vpliv producentov na to, kaj bodo kot člani občinstva dejansko prebrali. Tovrsten učinek zadeva t. i. »kulturno raven interaktivnosti«, če si sposodimo Förnasovo tipologijo (2002: 23), ki se v osnovi nanaša na kreativno in interpretativno interakcijo med bralcem in tekstom, ki je predstavljen na spletu. Na drugi strani pa načelo interaktivnosti omogoča več možnosti za neposredno povezanost medijskih producentov, urednikov ali novinarjev z občinstvom. S tem se razširja vloga t. i. »družbene interaktivnosti« (Förnas 2002), ki v ospredje postavlja nove kontekste in zmogljivosti medijev za oblikovanje odnosov med medijskimi producenti in novinarji na eni ter njihovimi naslovniki, bralci, na drugi strani. *Arhivskost* je pomembna prednost internetnih omrežij pred klasičnim načinom podajanja informacij, saj je z njihovo pomočjo mogoče dostopati do številnih baz podatkov in arhivov. Uporabniki tako niso več zavezani trenutnim informacijam, pač pa lahko v veliki meri dostopajo do starejših zapisov in se seznanjajo s predhodnimi dogodki.

Kljub navidez preprostim načelom, ki naj bi jih implementacija interneta prinesla v okviru novinarskega dela, je zasledovanje ciljev in pomena naštetih dejavnikov v praksi medijskih redakcij neenakomerno in različno sprejeto. Tako ni neobičajno, da se pomen interaktivnosti zoži le na tehnično gledano prednost, ki bralcu spletnih novic denimo omogoča poljuben izbor oblike in teme novic, zanemarljivo pa se njen možni učinek v smislu večje povezanosti med bralci ter prepoznavanja njihovih odzivov, stališč in podobno. Ali če potegnemo drugo vzporednico: vloga hipertekstualnosti je pri posredovanju novic v spletnih medijih pogosto omejena zgolj na notranjo povezanost med kratkim uvodnikom v novico na vstopni strani in besedilom, ki sledi po kliku na funkcijo »več ...«, namesto da bi aplikacija tega načela miselno težila k vsebinskemu premisleku po povezovanju različnih virov ter novih in bolj poglobljenih primerov, ki segajo tudi stran od prvotnega medijskega producenta. Ravno monotoni in idejno nespretni privzemi temeljnih lastnosti spletnega komuniciranja povzročajo, da je spletni medijski prostor razmeroma homogen, izobraževalno in kritično gledano osiromašen prostor, s tem pa okrnjene mnoge možnosti za oblikovanje kritične in bolj razgledane javnosti.

## 2.2 Zahteve in učinki spletnega novinarstva

Če so zgoraj omenjene novice določujoče predvsem za naravo produkcije medijskih vsebin in vzorce njihove potrošnje, govorijo nekateri avtorji o spletu tudi skozi optiko nastajanja novega tipa novinarstva (Dahlgren 1996; Livingstone 1999; Deuze 1999).

5. Hipertekstualnost je ena pomembnejših značilnosti nove »kibertekstualnosti«. Teksti in podobe ter načini njihovega dojetja, pravi Dahlgren (1996: 65), so lahko še tesneje povezani. To prinaša negativne posledice v praksi, ki se kažejo v t. i. »pristranski zgoščenosti«. Gre za trend v smeri k vse krajšim tekstom ter k vse hitrejšim rezom in zvočnim ritmom (Dahlgren 1996: 65).

Enega bolj radikalnih pogledov na novinarske trende ponuja Mark Deuze, ki velja za odmevnega avtorja tega področja. Po njegovem mnenju naj bi internet novinarstvo preobrazil vsaj na tri načine (Deuze 1999: 373): prvič s tem, da zmanjša vlogo novinarjev kot osnovne intermediarne sile v demokraciji, ki postane bolj ali manj nepotrebna; drugič tako, da medijskim profesionalcem ponudi širok nabor virov in tehnoloških pripomočkov za delo; in tretjič s tem, ko ustvari samosvojo vrsto digitalnega ali spletnega novinarstva. 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). Poglejmo podrobneje, kako se spletno novinarstvo v tej razlagi razlikuje od klasičnega novinarskega dela.

*Interaktivnost* omogoča, da postane bralec/uporabnik spletnih novic neposredneje vpleten v novinarsko izkušnjo, bodisi prek neposrednega stika z novinarjem oz. uredništvom bodisi prek sodelovanja v javnih forumih na spletnih mestih tradicionalnih medijev ali prek mehanizma podajanja komentarjev na članek. Odziv občinstva in interakcija z njim sta ključni lastnosti, ki lahko pripeljeta do pomembnih kulturnih sprememb v novinarstvu.<sup>6</sup> Drugi element spletnega novinarstva, ki se neposredno nanaša na občinstvo, je *personalizacija ali individualizacija*, ki jo Deuze (1999: 378) opiše kot »sestavljanje novinarskega izdelka na način, da ugaja posamezniku«. Personalizacija novic lahko poteka na dva načina: »pull« ali »push«; pri načelu potega (pull) gre za to, da novičarsko spletno mesto ponudi čim več hipertekstualnih povezav na raznovrstne vire, arhive in druge z neko temo povezane vsebine, kar uporabnikom omogoča, da poljubno in svobodno iščejo in brskajo med spletnim materialom; načelo potiska (push) pa zahteva avtomatično dostavo individualiziranih vsebin po želji uporabnika takrat, ko hoče, in tja, kamor hoče. *Konvergenca* za razliko od prejšnjih dveh dejavnikov neposredno zadeva novinarsko delo, saj predstavlja »stapljanje« tradicionalnih medijskih oblik – podob, besedil in zvoka – v eno spletno zgodbo, kar od novinarja zahteva, da nenehno izbira, kako bo novice predstavil.

Na ta način prinaša spletno novinarstvo številne zahteve tudi na raven novinarskih *veščin in standardov*. Nov način ustvarjanja zgodb daje prednost recimo nelinearnemu modelu pisanja, ki omogoča »trganje« zgodb na manjše dele, razpršene med različne spletne strani neke edicije; splet kot nov mehanizem širjenja vsebin omogoča ob branju novic tudi uporabo drugih interaktivnih orodij, kot so razpravljalni forumi, e-pošta, »žive« klepetalnice ali javnomnenjska glasovanja. S tem lahko postane stik z neko novico tudi začetek širšega procesa javnega komuniciranja, ki se širi prek medijskih spletnih mest v bloge, forume, e-sporočila itd. Spletno novinarstvo zato zahteva redno spremljanje e-pošte in odzivanje na vprašanja ali komentarje bralcev ter nenehno kultivacijo novih prostorov javnega razpravljanja, ki jih mediji prek spletnih edicij ponujajo v uporabo.

---

6. Da so učinki teh novosti res nezanemarljivi, kaže v slovenskem prostoru zaznani trend umikanja spletnih forumov iz časopisnih različic na spletu namesto njihovega kultiviranja.

Posledično se novostim prilagajajo tudi obstoječi standardi novinarskega dela, ki se vse bolj usmerjajo k ponudbi hipertekstualnih povezav do različnih virov, ozadij, analiz in kontekstov posamičnih zgodb ter spletnih arhivov. Če so v tradicionalnih sistemih mediji posredovali informacije, ki so zadoščale kriterijem uredniške politike in strategiji medijskih hiš, se s pomočjo spleta in različnih informacijskih kanalov na njem širi organizacija kolektivnega vedenja, ki je v jeziku spletne stroke že označeno kot prehod v t. i. obdobje »spleta 2.0«. Zato se mediji resno spopadajo z novo dilemo: kako upravljati s takšnimi procesi? Nekaj nasvetov v tej smeri ponuja spodnja Deuzova misel (1999: 386):

Če bi upoštevali različne veščine in standarde, bi prepoznali tudi korenite spremembe glede tega, kako naj medijski profesionallec ocenjuje svojo vlogo na spletu: bolj naj se osredotoči na skupnost in občinstvo, nenehno naj preišča o tradicionalnih in alternativnih načinih pripovedovanja zgodb in konstantno naj se zaveda prednosti (in slabosti) medija.

### 2.3 Preobrazba tradicionalne ideologije novinarstva?

V vrsti sodobnih razprav in s pomočjo empiričnih analiz nekateri avtorji (Deuze 1999, 2005; Gunter 2003; Kawamoto 2003; Singer 2003) že opozarjajo, da se z razširjenostjo računalniško posredovanih oblik komuniciranja in spletnih načinov medijske produkcije v novinarskem poklicu odvijajo pomembne spremembe, ki zahtevajo ponoven premislek o naravi profesionalnega dela. Gledano skozi zgodovino ima tehnološki razvoj pomembno vlogo pri nadgradnji stopnje profesionalnosti posamičnih poklicev, saj spodbuja tako k njihovi interni specializaciji kot tudi k ustvarjanju novih profesij. Danes za večino poklicev že lahko rečemo, da so v veliki meri pod učinkom tehnoloških, posebej računalniško podprtih sprememb, in novinarstvo pri tem, kot poudarja Singerjeva (2003: 143), ni nikakršna izjema.

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. 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).

Podajanje novic prek spleta je namreč zaznamovano s specifičnimi lastnostmi: v ospredju so elementi kratkoročnosti, hipnosti in povezljivosti z drugimi viri oz. integracija z drugimi novicami na spletu. Na ravni produkcijske logike tradicionalnih in novih spletnih medijev se porajajo številna vprašanja: Kako uspešno rekonstruirati ekonomski model, na katerem naj poleg tradicionalnega nastaja še spletna izdaja medija? Kakšna naj bo organizacijska struktura medijskih hiš, ki svoje vsebine ponujajo tudi prek spleta? Kako naj se spletno novinarstvo sploh vključuje v delo in prakse tradicionalnega novinarstva?

Po Deuzovem mnenju zahtevata sodobni kulturni in tehnološki razvoj ponoven premislek o tem, kaj novinarstvo sploh je in kdo se z njim ukvarja: »Novinarska profesionalizacija iz dobe visoke moderne se je prevesila v tekoče moderno stanje mrzlične novinarske diferenciacije med medijskimi žanri (vključujoč popularno, tabloidno in infotainment novinarstvo), platformami in industrijami« (Deuze 2005: 450). S premikom k fleksibilnosti in profesionalni konvergenci različnih oblik novinarskega dela naj bi se posledično zamajal tudi niz idealno-tipskih poklicnih temeljev, ki jih razširjena »promocija« multikulturalizma in multimedijev v sodobni družbi postavlja pod vprašaj (Deuze 2005: 447).

Tako naj bi bipolarni koncept objektivnosti zamenjala vloga večpomenske objektivnosti, ki odraža občutljivost za različne kulture. Multimedijska okolja, ki so skupinsko naravnana, naj bi novinarje zavezala h kolektivnejše obarvani organizacijski kulturi. Namesto znanega reka »biti tu in zdaj« naj bi se oblikovala težnja po bolj poglobljenem in manj trajnem poročanju, ki se nenehno predeluje, razvija, vanj pa dodaja nove glasove. Tovrstni trendi morebiti tudi med samimi novinarji še močnejše zamegljujejo že tako neenotne odgovore na vprašanja o tem, kdo so, kaj je njihova vloga in katere so njihove značilnosti (Poler - Kovačič 2004: 107). Zato je posamična pričakovanja o učinkih spletnega novinarstva nujno preverjati tudi v praksi.

### 3 Pogledi novinarjev na spletne medije in njihove učinke

V eni prvih empiričnih raziskav s področja spletnega novinarstva iz leta 1996 v ZDA je Singerjeva opozorila, da je med novinarji zaznati nizko stopnjo zavedanja o učinkih interneta na temeljne funkcije novinarskega dela, kot so pridobivanje informacij, interpretacija podatkov in oblikovanje smiselnih zgodb. Njen očitek o problematiki drži novinarjev, ki »zgolj stojijo ob strani, medtem ko se pojavljajo, oblikujejo in razširjajo nove medijske tehnologije« (Singer 1996: 24), je zato še danes povsem na mestu. Mnoge takrat zgolj možne spremembe so se namreč preoblikovale v povsem realne okoliščine.

Raziskava, ki sta jo med ameriški novinarji izvedla Schultz in Voakes (1999), je pokazala prve nastavke za bolj pesimističen pogled novinarjev na splet: posledice spletnega novinarstva in pojava medijev na spletu so večinoma ocenili v luči vse večje odtujitve bralcev in vzpona tržno usmerjenih medijev (v Gunter 2003: 106). Pred tem je Ruggiero (1998) v analizi o vstopu interneta v glavne ameriške časopise predpostavil, da odpor ameriških novinarjev do spletnega novinarstva izhaja iz prevladujoče profesionalne ideologije, prek katere so novinarji socializirani kot elita. Na osnovi analize poročanja ameriških tiskanih medijev je namreč ugotovil, da se med novinarji klasičnih medijev odvija »koncentriran boj za obnovo elitistične paradigme novinarstva proti vdoru interneta« (v Gunter 2003: 107).

Če sklepamo zgolj na osnovi teh zgodnjih empiričnih raziskav, potem lahko zapišemo, da so med prve *ovire pri implementaciji spletnih medijev* – vsaj v očeh urednikov, novinarjev in drugih v medijsko proizvodnjo vpletenih profesionalcev – spadali naslednji dejavniki: pomanjkanje ustrezno izobraženih sodelavcev, nezadostna razpoložljivost



učenja večšin, veliki stroški in pomanjkljiva oprema (Alexander 1997, v Gunter 2003: 108) ter dvomljiva kakovost in zanesljivost spleta kot informacijskega orodja (Garrison 1998a, v Gunter 2003: 110). V študiji, ki jo je med novinarji angleških časopisov izpeljal Nicholas s sodelavci (2000), so kot ključno oviro za neenakomerno razpršeno in nizko stopnjo uporabe interneta omenjali odsotnost ustreznega dostopa do njega.<sup>7</sup> Internetno bolj izkušenim novinarjem pa je največjo oviro pomenila presoja o kakovosti informacij na spletu, zato ne preseneča, da so številni med njimi pod vprašaj postavljali ravno avtentičnost in zanesljivost informacij na spletu (v Gunter 2003: 113).

Čeprav se je medijska industrija – predvsem na področju tiskanih medijev – na nove spletne izzive mnogokrat odzvala konservativno, razmeroma počasi in ne tako ustvarjalno kot recimo drugi družbeni akterji, ne gre podcenjevati njenih kumulativnih sprememb. Do konca 90. let so spletne izdaje časopisov že ponudile »tehnično infrastrukturo, obetajoče oblike komuniciranja in organizacijskih vzorcev ter niz produktov, ki so bili precej različni od tipične tiskane izdaje« (Boczkowski 2005: 52). Uspešno krmarjenje med zahtevami in pričakovanji občinstev, internimi pogoji medijske produkcije in novimi oblikami posredovanja novic, ki se zaradi tehnoloških okoliščin pomembno spreminjajo, ostaja še vedno pomemben izziv za novinarsko delo, kar se odraža tudi v dosedanjih študijah o odnosu novinarjev do spletnih novosti.

### **3.1 Raziskava *Evropski novinar in internet*: namen, vzorec in metodologija**

Ob boku navedenim empiričnim študijam o spletnem novinarstvu, ki so pokrivala predvsem ameriški prostor, je zorela tudi ideja o raziskovalnem projektu, katerega zasnovo in prve rezultate prikazujemo v nadaljevanju. V splošnem gre za analizo *perceptij o spreminjanju vloge »evropskega novinarja« po desetletnem obdobju vstopa interneta v medijske hiše*. V primerjavi z analizami o uporabi interneta med novinarji znotraj njihovega vsakodnevnega dela (npr. Garrison 2000) se projekt osredotoča na profesionalno vlogo novinarja, ki se ob pojavu spletnih okoliščin pridobivanja, širjenja in distribucije informacij bistveno spreminja. Problem, ki smo si ga zastavili sodelavci na projektu, zadeva status »dobrega novinarja« v dobi interneta, ki ga raziskujemo skozi kontekst obstoječih profesionalnih vrednot, praks in standardov novinarskega dela.

Ker je omenjeni projekt v vsebinskem smislu nadaljevanje mednarodne primerjalne analize vsebin med tiskanimi dnevniki in njihovimi spletnimi različicami, ki smo jo izvedli v letih 2003 in 2004,<sup>8</sup> se tukajšnja razprava omejuje zgolj na presoje in ocene

7. Med tistimi novinarji, ki so internet vendarle uporabljali, ga je večina dojemala kot dodatno orodje za delo: internet je bil namreč dodaten informacijski vir in nova komunikacijska forma – polovica novinarjev je že tedaj omenjala rabo e-pošte, predvsem za čezcelinsko komuniciranje (v Gunter 2003: 112).

8. Znotraj že v uvodu omenjenega projekta COST A20 je skupina raziskovalcev analizirala medijske vsebine treh glavnih dnevnikov iz različnih držav: Velike Britanije, Irske, Nizozemske, Italije, Španije, Portugalske, Cipra, Grčije, Litve, Švedske in Slovenije. Prvi delni rezultati te študije so bili objavljeni v okviru mednarodne konference z naslovom *Towards New Media*

novinarjev iz redakcij tiskanih medijev. Zato je tudi vzorec anketirancev omejen, rezultati študije pa težko prenosljivi na celotno populacijo »evropskih novinarjev«. Ker je bil eden od ciljev projekta razumevanje profesionalnega življenja novinarjev v praksi, sestavljajo vzorec le tisti novinarji, ki so redno vključeni v novinarsko delo, brez članov uprave, urednikov, oblikovalcev ali občasnih komentatorjev.

Vsaka sodelujoča država je v vzorec vključila tri glavne dnevne časopisne hiše, iz njihovih redakcij pa izbrala 6 pretežno »tiskanih novinarjev« in 3 večinoma »spletne novinarje«, kar je pomenilo približno 27 v vzorec vključenih enot iz vsake države. V raziskavi je sodelovalo 11 držav (VB, Irska, Švedska, Finska, Litva, Estonija, Španija, Italija, Ciper, Grčija in Slovenija).

Končni vzorec je manjši od predvidenega (297 enot), saj ga sestavlja 239 novinarjev in novinark, s katerimi so raziskovalci in sodelavci znotraj posameznih držav najprej stopili v stik po e-pošti, jim nato poslali strukturirani vprašalnik in jih ob dogovorjenem terminu intervjuvali po telefonu.<sup>9</sup> Telefonsko anketiranje je v povprečju trajalo od 20 do 30 minut. Vsebinsko je bil vprašalnik sestavljen iz več sklopov vprašanj: prvi del se je nanašal na splošne informacije o novinarskem delu, sledil je daljši sklop o ocenjevanju vloge interneta v novinarskem poklicu na ravni opravljanja novinarskih nalog, zbiranja informacij, prihodnosti tiskanih medijev in profesionalne vloge novinarja. Najbolje zastopane države znotraj vzorca so Italija, VB in Slovenija (iz vsake od omenjenih držav prihaja vsaj 30 v vzorec vključenih enot), najmanj novinarjev pa je iz Cipra, Estonije in Grčije (po 9 do največ 14 anketirancev). 147 (62 %) v vzorec vključenih novinarjev je moškega spola, 92 (39 %) je žensk; glede na svoj profesionalni profil se je večina anketiranih samouvrstila v skupino »tiskanih novinarjev« (64 %), medtem ko je »spletnih novinarjev« 28 (12 %); 57 (24 %) se jih je uvrstilo v kategorijo »novinar obeh redakcij«. Večina (kar 75 %) dostopa do spleta več kot 10-krat na dan, manj kot 5-krat na dan pa le 9 % v vzorec zajetih časopisnih novinarjev. Povprečna starost novinarjev je 38 let, v novinarstvu v povprečju delujejo že 14 let, vsaj 7 let pa uporabljajo tudi internet.

Raziskava je temeljila na vprašanju, kako, če sploh, evropski novinarji zaznavajo spreminjanje svoje profesionalne vloge spričo obstoja interneta. Ker so predhodne raziskave pokazale, da so percepcije o profesionalni novinarski vlogi med državami podobne, se v tem prispevku osredotočamo na primerjavo stališč glede na profil novinarja v tiskanih dnevnikih.

### 3.2 Adopcija in raba interneta v redakcijah časopisnih hiš

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. Dostop torej ni več omejitvev, ki bi novinarje odtujevala od spletnih možnosti. Kljub temu smo vprašane prosili, naj ocenijo posamezne dejavnike,

---

Paradigm, ki je potekala junija 2003 v Pamploni; posamezni članki so leta 2005 izšli v reviji *Gazette*. Ugotovitve primerjalne analize med slovenskimi tiskanimi in spletnimi dnevnikami so objavljene v Oblak in Petrič (2005).

9. Na tem mestu se zahvaljujemo Damjanu Franzu in Alešu Cipotu za pomoč pri zbiranju podatkov za slovenski del vzorca.

ki so po njihovem mnenju oteževali uvajanje interneta v časopisne redakcije. Ugotovitve ponazarjamo v tabeli 1, razvrščene od največje do najmanjše vrednosti vzorčnih ocen aritmetičnih sredin.

**Tabela 1: Ovire pri vstopu interneta v časopisne redakcije (frekvence, odstotki in aritmetične sredine).**

	1 – sploh ni bilo problematično	2	3	4	5 – bilo je izjemno problematično	aritm. sred.	n
enostavnost uporabe tehnologije	61 28,9	50 23,7	66 31,3	24 11,4	10 4,7	2,39	211
odnos novinarjev	80 38,6	38 18,4	41 19,8	33 15,9	15 7,2	2,35	207
razpoložljivost tehničnega osebja	62 30,0	65 31,4	44 21,3	22 10,6	14 6,8	2,33	207
razpoložljivost učenja veččin	62 30,4	52 25,5	62 30,4	17 8,3	11 5,4	2,33	204
odnos urednikov/uprave	87 41,6	44 21,1	37 17,7	24 11,5	17 8,1	2,23	209
stroški uvajanja	101 51,8	34 17,4	36 18,5	12 6,2	12 6,2	1,97	195

Vir: COST A20 »European journalist and Internet« (maj 2006).

Čeprav so vse izbrane ovire ocenjene podpovprečno, kar v splošnem pomeni, da v očeh novinarjev ne veljajo za resne omejitve pri prvih korakih vstopanja interneta v časopisne redakcije, rezultati vendarle kažejo, da je bil presenetljivo najbolj problematičen dejavnik prisvajanja interneta sama tehnologija. Sodeč po vrednostih aritmetičnih sredin je večina v vzorec zajetih anketirancev kot najbolj problematično ocenila ravno *enostavnost uporabe nove tehnologije*. Kot drugo najbolj izstopajočo oviro so novinarji navedli sam odnos novinarjev do pojava interneta, najmanjša ovira pa so bili, sodeč po podatkih, stroški uvajanja. Prisvajanje interneta je torej nastopalo v dialogu med zunanjimi (tehnoškimi) omejitvami in notranjimi zaznavami, kaj internet (lahko) pomeni.

Že longitudinalna študija, ki jo je med leti 1994 in 1998 opravil Garrison med ameriškimi novinarskimi redakcijami, je pokazala, da se je pri iskanju informacij povečala uporaba računalnikov med novinarji, ki so postali bolj odvisni od spleta in internetnih virov informacij. Dnevna raba spleta se je v proučevanem obdobju skoraj podvojila, prav tako se je med novinarji dvignila raven raziskovanja prek spleta (v Gunter 2002: 109). Podatki tukaj predstavljene raziskave dokazujejo, da je internet kot *informacijsko in komunikacijsko orodje tesno vpet v naravo novinarskega dela*, vsaj med časopisnimi novinarji v raziskavo vključenih držav. Med prvimi petimi najpomembnejšimi orodji za zbiranje informacij so namreč kar trije spletnega značaja: spletne iskalnike, e-pošto in spletne strani virov po pomembnosti prehitvejo le telefonski in osebni pogovori.

V povprečju so spletna orodja pomembneje ocenili novinarji spletnih ali obeh redakcij, le pri osebni e-pošti je položaj obrnjen. Ne glede na to pa preseneča ugotovitev, da so interaktivna spletna orodja med »specializiranimi« spletnimi novinarji vseeno nizko ocenjena: novičarske skupine, razpravljalni forumi, blogi in klepetalnice so namreč v izbranem vzorcu na lestvici pomembnosti pod povprečjem. Bistveno pogosteje pa novinarji posegajo po enosmernih spletnih mestih, kot so spletne strani virov ali drugih ponudnikov novic. Že omenjena raziskava Garrisona (2000) je pokazala, da so sredi 90. let med novinarji kot najpogosteje dostopana spletna mesta veljale vladne spletne strani, katerim so sledili spletni iskalniki. Novinarji so splet omenjali kot pomoč pri iskanju ozadij za zgodbe, za pridobitev sicer težko dostopnih informacij, prepoznavanje dodatnih virov in pridobitev vladnih informacij (Garrison 2000, v Gunter 2002: 110). Tudi v evropski raziskavi smo želeli proučiti, kako časopisni novinarji ocenjujejo vlogo interneta in čemu pripisujejo njegovo uporabnost. Je internet bolj uporaben kot orodje za preverjanje dejstev ali kot enosmerni informacijski sistem? Vrednosti aritmetičnih sredin za izbrane naloge so tu predstavljene ločeno glede na profil novinarja; večja je vrednost na razponu od 1 do 5, uporabnejši je internet za potrebe novinarskega dela.

**Tabela 2: Ocene uporabnosti interneta za opravljanje novinarskih nalog glede na novinarski profil (vrednosti aritmetičnih sredin).**

Ocena uporabnosti interneta za ...	novinarji tiskanih redakcij	novinarji spletnih redakcij	novinarji obeh redakcij	skupna aritm. sred.	n
iskanje servisnih informacij (telefonskih števil, naslovov)	4,32	4,32	4,11	4,27	237
dostop do vladnih poročil in drugih vladnih informacij	4,15	4,32	4,53	4,26	238
pridobivanje sporočil za javnost	4,11	4,30	3,98	4,11	238
poglobljeno raziskovanje ozadja	3,97	4,50	4,09	4,07	234
dostop do virov	3,77	4,36	4,40	4,00	237
dostop do poročil in drugih informacij lokalnih oblasti	3,56	3,81	3,95	3,69	236
dostop do korporacijskih poročil in drugih informacij o podjetjih	3,49	3,96	3,91	3,66	237
preverjanje dejstev	3,32	3,86	3,44	3,41	236

Vir: COST A20 »European journalist and Internet« (maj 2006).

V splošnem bi lahko ocenili, da so spletni novinarji in novinarji obeh redakcij internetu bistveno bolj naklonjeni kot novinarji tiskanih medijev, saj više ocenjujejo njegovo uporabnost pri različnih nalogah novinarskega poklica, čeprav so vrednosti aritmetičnih sredin v vseh kategorijah v povprečju visoke. Internet je torej med časopisnimi novinarji zapisan kot *uporabno orodje*, ki ga intenzivno umeščajo v svoje profesionalno delo. Posebej uporaben je kot most za pridobivanje različnih informacij: od servisnih podatkov in vladnih poročil do sporočil za javnost. Uporaben je tudi kot pomoč pri raziskovanju

ozadij, torej kot kanal, ki dopušča pot do bolj poglobljenih oz. novih zgodb. Na tej ravni ga najbolj cenijo ravno novinarji spletnih redakcij. Najmanj koristen pa se zdi za preverjanje dejstev, in to posebej v očeh novinarjev tiskanih redakcij.

### 3.3 Pomen interneta za novinarsko delo in njegovi učinki

Vprašalnik je nadalje zajemal več rubrik, znotraj katerih smo med časopisnimi novinarji skušali zajeti njihove percepcije o učinkih interneta na novinarstvo. V empiričnem smislu smo učinke merili na ravni posameznikovih ocen o prihodnosti časopisnega novinarstva, vidikih novinarskega dela in uresničevanja novinarskih ciljev. Na tem mestu prikazujemo le rezultate o tem, kakšno vlogo novinarji pripisujejo internetu v shemi posameznih novinarskih ciljev.<sup>10</sup>

**Tabela 3: Ocene učinkov interneta pri uresničevanju novinarskih ciljev glede na novinarski profil (vrednosti aritmetičnih sredin).**

Kakšen učinek ima internet pri uresničevanju naslednjih ciljev:	novinarji tiskanih redakcij	novinarji spletnih redakcij	novinarji obeh redakcij	skupna aritm. sred.	n
posredovati informacije javnosti kar se da hitro	4,24	4,82	4,68	4,41	239
dosegati čim širšo publiko	4,05	4,32	4,53	4,19	238
ljudem omogočiti prostor za izražanje mnenj	3,93	4,19	4,28	4,03	237
posredovati nove ideje in trende	3,77	4,00	4,12	3,89	238
ohraniti stike z javnostjo	3,70	4,30	4,19	3,88	237
odzivati se na reakcije na novinarsko poročanje	3,57	4,25	3,81	3,70	236
omogočiti forum za javna posvetovanja	3,58	3,85	3,86	3,68	234
ponujati zabavo	3,44	3,75	3,74	3,55	238
posredovati verodostojne (objektivne) informacije	3,39	3,82	3,75	3,53	239
analizirati in interpretirati kompleksne teme	3,47	3,64	3,49	3,49	239
zastopati mnenja določenih skupin	3,54	3,14	3,51	3,49	235
opravljati funkcijo »psa čuvaja« (varuha demokracije)	3,32	3,50	3,73	3,45	234
ustvariti ugodno okolje za oglaševalce	3,08	3,70	3,54	3,28	229
vplivati na javno mnenje	3,23	3,52	3,23	3,26	236
izvajati vpliv na politično agendo	2,99	3,25	2,93	3,01	235

Vir: COST A20 »European journalist and Internet« (maj 2006).

10. Gre za niz vprašanj, ki ga je na vzorcu nizozemskih novinarjev že preizkusil Deuze (2002), podatke pa interpretiral v članku Deuze in Dimoudi (2002). V našem primeru smo malenkostno spremenili le izvorno lestvico odgovorov, ki sega od 1 – zelo negativen učinek do 5 – zelo pozitiven učinek.

Rezultati v splošnem kažejo, da je dojemanje učinkov interneta na uresničevanje izbranih novinarskih ciljev v povprečju izjemno visoko, ne glede na profil novinarja: zelo pozitiven učinek novinarji pripisujejo možnosti, da se prek interneta informacije posredujejo hitro in čim širši publiki. Pomemben potencial spleta vidijo tudi v tem, da omogoča dodaten prostor za izražanje mnenj, posredovanje idej in interakcije z javnostjo. Lahko bi torej rekli, da so ravno izvorni *interaktivni potenciali spleta* ocenjeni kot tisti, ki imajo na novinarski poklic največji učinek. Bistveno manj »moči« novinarji pripisujejo spletnim možnostim za vplivanje na politično agendo ali javno mnenje; na tej ravni so najbolj optimistični spletni novinarji.

Ne glede na profil novinarja smo želeli preveriti, kaj se skriva za omenjenimi podobami o učinkih spleta na cilje novinarskega dela. Zanimalo nas je, ali je mogoče raznolike učinke, ki naj bi jih prinesel internet, znotraj izbranega vzorca evropskih novinarjev razvrstiti v neke prepoznavnejše latentne dimenzije, ki bi razkrile različne skupine učinkov interneta na uresničevanje novinarskih ciljev. Pri tem smo si pomagali z metodo faktorjskih uteži. Rezultate prikazujemo v tabeli 4.

**Tabela 4: Učinki interneta v tipologiji novinarskih ciljev (rezultati faktorjske analize).**

Cilj je ...	F1 interaktivno odzivanje in stik z javnostjo	F2 izvajanje in zastopanje kolektivnih delovanj	F3 ohranjanje klasičnih funkcij medijev
posredovati informacije javnosti kar se da hitro	0,721		
ohraniti stike z javnostjo	0,665		
dosegati čim širšo publiko	0,594		
ljude omogočiti prostor za izražanje mnenj	0,570		
odzivati se na reakcije na novinarsko poročanje	0,492		
posredovati nove ideje in trende	0,443		
vplivati na javno mnenje		0,630	
izvajati vpliv na politično agendo		0,634	
omogočiti forum za javna posvetovanja		0,596	
zastopati mnenja določenih skupin		0,553	
ponujati zabavo		0,493	
ustvariti ugodno okolje za oglaševalce		0,439	
analizirati in interpretirati kompleksne teme			0,779
posredovati verodostojne (objektivne) informacije			0,495
opravljati funkcijo »psa čuvaja« (varuha demokracije)			0,439
% pojasnjene variance	17,010	16,670	9,110

Sodeč po rezultatih faktorjske analize kaže uresničevanje novinarskih ciljev s pomočjo interneta dojemati in interpretirati kot triplastno in ne enovito kategorijo.

Takšna heterogenost, ki je v splošnem skladna z razumevanjem različnih področij, ki jih novinarji sami uvrščajo med pomembne vidike lastnega poklica, je v vsebinskem smislu zelo zgovorna, saj se prekriva s smerjo vpliva, ki ga lahko ima internet oz. splet kot komunikacijski in informacijski sistem. Učinke interneta namreč novinarji ločeno ocenjujejo na treh ravneh:

- a) *interaktivno odzivanje in stik z javnostjo*: prvi faktor določajo tisti cilji oz. naloge, ki zadevajo odnos do občinstev oz. javnosti; internet ima v tej skupini stališč zelo pomembno vlogo kot mehanizem, ki omogoča interaktivno odzivanje javnosti, in kot prostor za javno razpravo;
- b) *izvajanje in zastopanje kolektivnih delovanj*: drugi faktor zaznamujejo predvsem cilji, ki merijo različne »javne« in kolektivne vplive interneta bodisi na javno mnenje ali politiko bodisi ga dojemajo kot prostor za zastopanje novih vplivov ali družbenih skupin;
- c) *ohranjanje klasičnih funkcij medijev*: na tretji ravni se nahajajo cilji, ki internet povzdigujejo kot orodje za analizo in interpretacijo vsebin, za posredovanje objektivnih informacij ali kot nadzorno funkcijo – gre torej za klasične normativne funkcije medijev.

Toda kot opozarja Singerjeva (2003), se ključne razlike med spletnim in tradicionalnim novinarstvom, o katerih potekajo sodobne razprave, nanašajo na nekaj več kot zgolj ocenjevanje specifičnih novinarskih veščin, ciljev ali vrednot. Govorijo namreč predvsem o tem, »kaj novinar je in kaj počne kot član védenjske, etične in avtonomne profesije« (Singer 2003: 147). Kam se v tem »boju« med digitalno in klasično medijsko platformo razvrščajo časopisni novinarji, bomo natančneje spoznali v nadaljevanju.

### 3.4 Novinarski razkol med zagovorniki in kritiki spleta

V sklepnem delu vprašalnika smo nanizali nabor različnih trditvev, ki po našem mnenju na petih različnih ravneh »lovijo« stališča vprašanih do spletnega novinarstva. Gre za trditve, ki se v osnovi nanašajo na to, kako pojav spleta učinkuje na a) prihodnost in strategijo časopisov, b) novinarske prakse, c) profesionalno vlogo novinarjev, d) etiko in e) odnose med novinarji in javnostjo. Ker smo že v predhodnih analizah zaznali razlike med tistimi novinarji, ki delujejo pretežno v tiskani redakciji, in preostalimi profili novinarjev, smo razlike v stališčih preverjali z razvrščanjem v skupine vseh v vzorec vključenih enot.<sup>11</sup>

Rezultati so pokazali, da se časopisni novinarji v odnosu do spletnega novinarstva delijo v *dve diametralno nasprotni skupini*. V prvo skupino, poimenovali smo jo *kritiki spletnega novinarstva*, spadajo tisti anketiranci, ki imajo na pozitivno usmerjenih trditvah negativne vrednosti, kar pomeni, da so njihovi odgovori nižji od povprečja. Velja

11. S pomočjo dendrograma in izračuna Wardove kriterijske funkcije smo z metodo voditeljev dobili dve zelo jasni skupini. Rezultati razvrščanja so prikazani v tabeli 5. Vrednosti centroidov smo zamenjali z znaki + oz. – tako, da sistem +++ označuje vrednosti, višje od 0,41, sistem ++ vrednosti med 0,21 in 0,40, + pa interval med 0,01 in 0,20. Sistem znakov – je analogen, le da označuje negativne vrednosti centroidov.

pa tudi obratno: predstavniki te iste skupine so nadpovprečno pozitivno odgovarjali na tista stališča, ki so implicitno izražala negativen ali bolj skeptičen odnos do učinkov interneta na novinarstvo. Druga skupina anketirancev je prvi diametralno nasprotna: nadpovprečno pozitivne vrednosti odgovorov vsebujejo vse trditve, ki posredno ali neposredno izražajo pozitiven odnos do spletnega novinarstva, zato smo jo preprosto poimenovali *zagovorniki spletnega novinarstva*.

**Tabela 5: Odnos časopisnih novinarjev do spletnega novinarstva (rezultati razvrščanja v skupine).**

	kritiki spletnega novinarstva	zagovorniki spletnega novinarstva
<b>Prihodnost in strategija časopisov</b>		
Splet je odprl nove možnosti za časopisno novinarstvo.	--	++
Multimedijske storitve so pomemben element pri posredovanju vsebin občinstvu.	--	++
Novice bi morali objavljati na spletu, kakor hitro je mogoče, ne glede na časovni okvir tiskanega časopisa.	-	+
Dolgoročno gledano je spletno novinarstvo nujna in razvojna strategija časopisnih hiš.	---	++
Spletna izdaja negativno vpliva na prave funkcije tiskane izdaje časopisa.	++	-
Brezplačno objavljane novice na spletu razvrednoti delo novinarjev.	++	--
Številne »naredi-si-sam novice« na spletu ogrožajo časopise.	+	-
Nepoklicno novinarstvo in blogi niso resno novinarstvo.	+++	---
Objavljanje vsebin na različnih medijskih kanalih je le druga oblika za recikliranje istih vsebin.	++	--
<b>Prakse</b>		
Objavljanje vsebin na spletu omogoča novinarjem razvijanje bolj privlačnih oblik podajanja zgodb.	--	++
S pomočjo interneta lahko novinarji v svoje zgodbe vključijo več informacij kot prej.	-	+
Ustvarjanje vsebin za različne medijske izdaje je za novinarsko delo bolj nagrajujoče.	--	++
Dober časopisni novinar je običajno tudi dober spletni novinar.	--	++
Novinarji na spletu ne najdejo informacij, ki jih ne bi našli tudi drugače.	+	--
Sočasno z razvojem interneta se je vloga novinarskih tehničnih znanj preveč povečala.	+	-
<b>Profesionalna vloga</b>		
Časopisni novinarji lahko svoje delo v prihodnje popestrijo tako, da se izmenjujejo med različnimi izdajami znotraj časopisne hiše.	-	++



Časopisi bodo morali svoje vsebine objavljati tudi na spletu, če bodo želeli preživeti.	--	++
Spletni novinarji imajo na razpolago več orodij za objavljanje podrobnejših in poglobljenih informacij kot časopisni novinarji.	--	+++
Spletni novinarji so bolj povezani s svojimi bralci kot časopisni novinarji.	--	++
Moški novinarji uporabljajo splet pogosteje kot ženske novinarke.	++	--
Spletni novinarji so bolj urejevalci novic kot pisci izvirnih zgodb.	+++	---
Zaradi interneta postaja novinarstvo vse bolj zgolj »pisarniško delo«.	++	--
Zaradi interneta postaja novinarstvo bolj površno.	+++	---
<b>Etika</b>		
Internet lažje omogoča dvojno preverjanje informacij.	-	++
Spletna interaktivnost narekuje novinarstvo, ki je do javnosti bolj odgovorno.	--	++
Razlikovanje med pravo in nepravo oz. netočno informacijo je enako preprosto na spletu kot kje drugje.	--	++
Internet omogoča, da se novinarji poslužujejo večjega števila virov.	--	++
Na spletu se novinarji pogosteje srečujejo z nezanesljivimi informacijami.	++	-
Splet ogroža kvaliteto novinarstva.	+++	---
Spletno novinarstvo je točnost poročanja žrtvovalo za hitrost poročanja.	+++	---
Spletno novinarstvo pomeni, da mediji konvergirajo na ožji ravni medijskih agend.	+++	--
<b>Novinarstvo in javnost</b>		
Javnost zahteva, da časopisi izkoriščajo tudi spletne možnosti.	-	++
Povezanost z občinstvom je pomembna prednost spletnega novinarstva.	--	+++
Združevanje potencialov tiskanega in spletnega medija prinaša boljši odnos do občinstva.	--	+++
Potrebam občinstva bolj služijo tiskani kot spletni mediji.	+++	---
Tiskani mediji so bolj verodostojni kot spletni.	+++	--
Pri pomembnih zadevah je občinstvo bolj naklonjeno tiskanim medijem.	+++	---
Občinstvo potrebuje novice in ne stikov z novinarji.	++	-

Kot je razvidno iz podatkov v tabeli 5, člani prve skupine, kritične do spletnega novinarstva, najbolj izrazito soglašajo s trditvami, da so tiskani mediji v primerjavi s spletnimi verodostojnejši in da v večji meri služijo javnosti, ki jim tudi bolj zaupa; tudi v odnosu do etične ravni novinarstva je njihov položaj jasen: splet je za novinarstvo

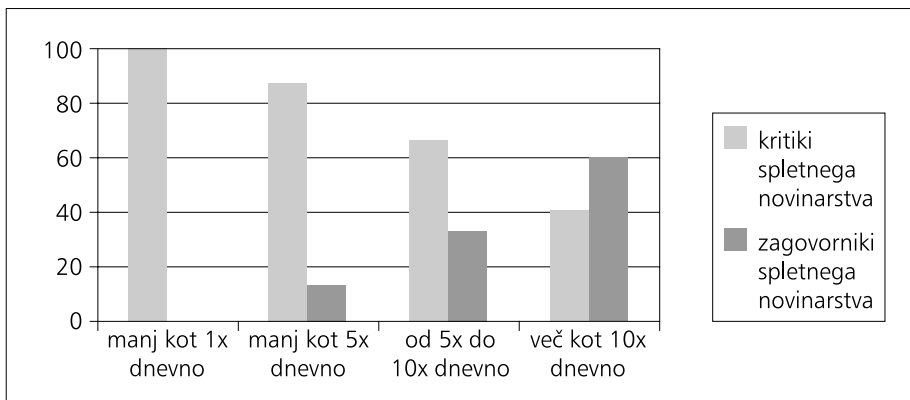
grožnja, ker daje prednost hitrosti poročanja pred natančnostjo. Od tu sledi tudi strinjanje s stališčem, da splet siromaši novinarstvo, ki postaja površnejše, saj so spletni novinarji prej kot ustvarjalci le urejevalci zgodb. Kritičnost do spleta je torej med člani te skupine kot obramba klasičnemu tisku, ki se kaže tudi v izrazitem nasprotovanju do novih oblik pisnega izražanja – blogi in nepoklicno novinarstvo v očeh te skupine preprosto niso novinarstvo.

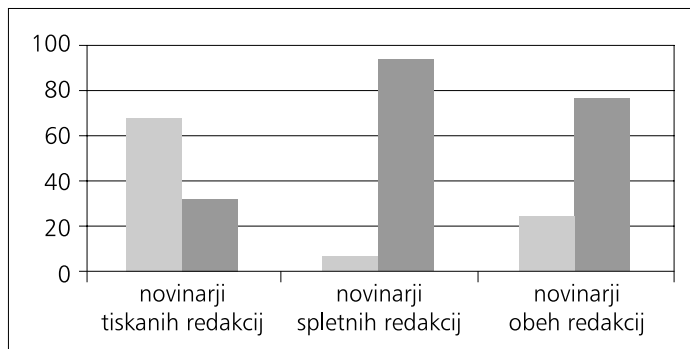
Na drugi strani so zagovorniki pozitivnih plati spletnega novinarstva, ki opozarjajo na njegove prednosti ravno v odnosu do javnosti: menijo namreč, da se s spletom odnosi in stiki z javnostjo izboljšujejo; močno strinjanje izražajo tudi do možnosti, ki jih splet prinaša za profesionalnost novinarskega poklica – pripadniki te skupine namreč menijo, da imajo spletni novinarji več možnosti za bolj poglobljeno in podrobnejše poročanje.

Stroga ločitev med omenjenima skupinama že sama po sebi kliče k ugotavljanju, kdo so predstavniki ene in kdo člani druge skupine. Katere demografske in profesionalne lastnosti so denimo tiste, po katerih skupini najbolj razlikujeta? V ta namen smo preverjali, ali je članstvo v skupini statistično značilno določeno s starostjo, spolom in profilom novinarja, internetnimi izkušnjami in dnevno uporabo interneta ter državno pripadnostjo.

Podatki kažejo, da *spol in starost anketirancev nimata statistično značilnega vpliva*, kar pomeni, da se kritiki oz. zagovorniki spletnega novinarstva pomembno ne razlikujejo glede na spol ali starost; tudi število »poklicnih« let v novinarstvu ali seznanjenost z internetom v letih uporabe nimata značilnega vpliva. Ne moremo torej trditi, da so kritiki ali zagovorniki spleta po spolni in starostni strukturi homogeni, prav tako jih ne opredeljujeta niti poklicna izkušnost v novinarstvu niti seznanjenost z internetom. Je pa članstvo v skupini določeno glede *na dnevno uporabo interneta* (glej graf 1) in *profil novinarja* (graf 2), saj sta se – kot nazorno prikazujeta spodnja grafa – obe spremenljivki izkazali kot statistično značilni.

**Graf 1: Kritiki in zagovorniki spletnega novinarstva glede na dnevno rabo interneta**



**Graf 2: Kritiki in zagovorniki spletnega novinarstva glede na profil novinarja**

Spletnemu novinarstvu bolj naklonjeni so tisti novinarji, ki dnevno pogosteje uporabljajo internet in delajo v glavnem v spletnih ali obeh redakcijah. In obratno: med najostrejše kritike spletnega novinarstva spadajo tisti novinarji, ki imajo z internetom dnevno manj izkušenj in delajo izključno v tiskani redakciji. Zanimiv pokazatelj razlik med novinarji je tudi država, iz katere prihajajo: spletu bolj naklonjeni novinarji prihajajo iz VB, Finske, Litve ali Švedske, kritiki spletnega novinarstva pa so na drugi strani v večji meri novinarji iz Italije, Slovenije in Grčije, ki delujejo v tiskani redakciji in internet uporabljajo manj kot 5-krat dnevno.

## 4 Zaključek

Skrajno pozicioniranje novinarjev v odnosu do interneta kaže na precej »črno-belo logiko« razumevanja novih medijev, in to v času, ko so druge družbene skupine in institucije splet že uspele vključiti na manj stereotipne načine. Obenem pa dve diametralno nasprotni skupini »evropskih novinarjev« govorita v prid tezi, da splet z novinarske optike ni zanemarljiv, zgolj tehnično zaznamovan dejavnik, temveč nasprotno: gre za družbeni, kulturni in socialni pojav, ki v percepcije zaposlenih vnaša tudi nelagodje, skrb in občutek ogroženosti. Če se ob vse večji prodornosti računalniško posredovanega komuniciranja in novih medijev vse manj poudarja razvidno ločnico med novinarstvom in nenovinarstvom, govori analiza »evropskega časopisnega novinarja« še nekaj: to ločnico med »pravim« in »nepravim« novinarstvom pomagajo soustvarjati tudi novinarji sami. Toda svežih in hitro razvijajočih se trendov v spletnih okoljih ne gre zanemariti.

Trenutni vzpon blogov, interaktivnih osebnih revij, ki kombinirajo komentar, pogovor in originalno reporterstvo še pripomore k nadaljnji zameglitvi realnih ali imaginarnih ločnic med profesionalnostjo in neprofesionalnostjo – še posebej zato, ker narašča število blogarjev, ki delujejo kot časopisni ali radiodifuzni poročevalci (Outing 2002, v Singer 2003: 147).

Prakse, ki so jih izpričali tudi v naš vzorec zajeti časopisni novinarji, govorijo v prid tezi, da je internet že tesno vključen v novinarski poklic, saj ima pomembno mesto bodisi kot informacijsko bodisi kot komunikacijsko orodje. Če splet ni več tehnična ovira, temveč uporabni pomočnik pri opravljanju različnih novinarskih nalog, pa osta-

jajo predstave o njegovem profesionalnem pomenu heterogene in večplastne. Tovrstno ugotovitev lahko navežemo tudi na enega od pristopov k opredeljevanju novinarstva (Splichal in Sparks 1994: 7–8), ki pravi, da ne obstaja eno, ampak več »novinarstev«, kar pomeni, da novinarstvo ni edinstvena in trdna profesija. Zato so lahko raznolike in neenotne percepcije o vlogi in pomenu spleta med novinarji pričakovane, zlasti tedaj, ko jih proučujemo ločeno glede na novinarski profil.

Težava, pred katero se je danes znašla novinarska skupnost, je v tem, kako redefinirati profesionalno nišo, ki jo pod vprašaj postavljajo vsi tisti, ki delajo z novimi mediji. Singerjeva (2003: 157) omenja dve možni poti iz te zagate: če se bo pojmovanje spletnega novinarstva še naprej razlikovalo od profesionalne skupnosti, značilne za klasične novinarje, kar denimo nakazujejo tudi ugotovitve tukajšnje empirične študije, potem bo splet predstavljal neposreden izziv in potencialno grožnjo. Če upoštevamo trende, da vse več mladih medijske vsebine konzumira ravno prek spleta (gl. Oblak in Petrič 2005: 107–109), se bo računalniško podprtim medijskim formatom vrednost kvečjemu še zviševala in spletni mediji bodo postajali dominantnejši. Če pa naj spletno novinarstvo kot enakovredno stopi pod okrilje novinarske skupnosti, potem bo potrebna bodisi precejšnja prilagoditev v samopercepciji tega, kaj novinar danes počne, ali pa temeljita sprememba v načinu, kako naj spletno novinarstvo sploh deluje.

Poleg bolj poglobljenega proučevanja novinarskih pogledov na pojav in učinke spleta bi zato veljalo pozornost nameniti tudi stališčem urednikov in analizi morebitnih strategij posameznih medijskih hiš v odnosu do njihovih spletnih različic. Dosedanje raziskave znotraj slovenskega prostora so namreč pokazale, da je vloga producentov na spletu še vedno premalo preiščena in preveč odmaknjena od temeljnih načel spletnega komuniciranja. Sodeč po podatkih tukajšnje raziskave evropski novinarji zelo dobro zaznavajo emancipatorne učinke, ki jih lahko ima splet za doseganje novinarskih ciljev, med katerimi posebej izpostavljajo interaktivne odzive javnosti in zastopanje kolektivnih delovanj.

Z vidika slovenskega razvoja spletnega novinarstva se slednje zdi še posebej pomembno, zlasti ker so podatki na slovenskem podzorcju izjemno pomenljivi: slovenski novinarji se namreč v večji meri uvrščajo v skupino, ki skozi zagovorništvu tiskanih medijev kritično zaznava spletno novinarstvo. Razloge za takšno skepsu in mestoma tudi izrazit odpor do spletnih novosti bi gotovo veljalo podkrepiti z dodatnimi raziskavami, ki bi spreminjanje profesionalne vloge novinarjev oz. percepcijo statusa novinarjev v novi digitalni dobi še podrobneje osvetlile. Na osnovi tukajšnje razprave pa bi se bilo mogoče dobro vprašati, ali je strah slovenskih časopisnih novinarjev pred spletom očiten že do te mere, da lahko skrbi tudi njihove uporabnike. Slovensko spletno novinarstvo se bo moralo v prihodnje še dokazati, da bo upravičilo status profesionalnega novinarskega dela, klasično dojetje novinarskega poklica pa preveriti svoje naloge in kompetence v obdobju t. i. spletne medijske logike.

## Literatura

- Alexander, M. J. (1997): Net Gain? New England's online Newspapers assess benefits and drawbacks of their electronic editing. Članek predstavljen na konferenci Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago, IL.
- Boczkowski, J. Pablo (2005): *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge: MIT Press.
- Dahlgren, Peter (1996): Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and its Publics. *Javnost/The Public*, 3 (3): 59–72.
- Deuze, Mark (1999): Journalism and the Web: An analysis of skills and standards in an Online Environment. *Gazette*, 61 (5): 373–390.
- Deuze, Mark (2005): What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6 (4): 442–464.
- Deuze, Mark, in Dimoudi, Christina (2002): Online Journalists in the Netherlands: Towards a Profile of a New Profession. *Journalism*, 3 (1): 85–100.
- Donsbach, W., in Klett, B. (1993): Subjective Objectivity: How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their profession. *Gazette*, 51 (1): 53–83.
- Garrison, B. (1998): Caught in the Web: Newspaper use of the Internet and other online resources. Članek predstavljen na konferenci Association for Education in Journalism and Mass Communication, Baltimore, MD.
- Garrison, B. (2000): Diffusion of a new technology: Online research in newspaper newsrooms. *The Journal of Research into New Media Technologies*, 6 (1): 84–105.
- Garrison, Bruce (2001): Diffusion of Online Information Technologies in Newspaper Newsrooms. *Journalism*, 2 (2): 221–239.
- Gunter, Barrie (2003): *News and the Net*. London: LEA.
- Kawamoto, Kevin (ur.) (2003): *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Livingstone, Sonia (1999): New Media, New Audience? *New Media & Society*, 1 (1): 59–66.
- Nicholas, D., in dr. (2000): The Impact of the Internet on Information Seeking in the Media. *Aslib Proceedings*, 52 (3): 98–114.
- Oblak, Tanja, in Petrič, Gregor (2005): Splet kot medij in mediji na spletu. Ljubljana: FDV.
- Poler - Kovačič, Melita (2004): Podobe (slovenskega) novinarstva: o krizi novinarske identitete. V M. Poler - Kovačič in M. Kalin - Golob (ur.): *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*: 85–112. Ljubljana: FDV.
- Ruggiero, E. (1998): Perceptions of Traditional American Journalists toward the Internet as a news source: A Critical Approach. Članek predstavljen na konferenci Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Baltimore, MD.
- Schultz, T., in Voakes, P. (1999): Prophets or Gloom? Why do Journalists have so Little Faith in the Future of Newspapers? *Newspaper Research Journal*, 20: 23–40.
- Shoemaker, P. J., in Reese, S. D. (1996): *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Singer, Jane (1996): Changes and Consistencies: Newspaper Journalists Contemplate an Online Future. Članek predstavljen na konferenci Association for Education in Journalism and Mass Communication, San Francisco, CA.

- Singer, Jane (2003): Who are these guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism. *Journalism*, 4 (2): 139–163.
- Splichal, Slavko (2000): Novinarji in novinarstvo. *Javnost/The public*, 7: 47–56.
- Weaver, D. H. (1998): *The Global Journalist: News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.
- Weischenberg, S., in Scholl, A. (1998): *Journalismus in der Gesellschaft: Theorie, Methodologie and Empirie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**Naslov avtorice:**

Tanja Oblak Črnič  
Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani  
Kardeljeva pl. 5, SI-1000 Ljubljana  
e-mail: [tanja.oblak@fdv.uni-lj.si](mailto:tanja.oblak@fdv.uni-lj.si)