

*Tena Perišin i Gordana Škaljac\**

# The Role of Newsdesk in the News Department Organization

## Summary

For years in television and printed news production there were two models of news department organization – the traditional German model with many small offices and separated departments with specialist journalists and the Anglo-American model which was concentrated around the assignment desk in the large, open newsroom. Nowadays, most of the television and newspaper houses reorganize their workflow and most of them are introducing a central newsdesk, the central point for newsgathering from different sources: information coming by fax or mail, all kind of feeds and citizens news sent by mobile or Internet. The changes in media landscape force newsroom organizations to make a shift towards the integration and the multimedia production across the platforms. In the article, the precise explanations are given about the role of the assignment desk in the classic news organization, Through case studies of CNN, VRT and German newspapers, it has shown the importance of the newsdesk in the matrix organization. The conclusion is that today almost all media houses are trying to produce news on different platforms. To achieve a full integration, there is a need to organize workprocesses around the newsdesk as the central point of the newsroom.

**Key words:** News Programme, Television, Assignment Desk, Newsdesk, Newsroom Organization, Integrated Newsroom.

---

\* The author Tena Perišin has a Ph. D. and is an editor at the Croatian National Television, while Gordana Škaljac is an editor at the Croatian National Television.

*Tena Perišin i Gordana Škaljac\**

## Uloga deska u organizaciji informativnog programa televizijske kuće

### Sažetak

U organizaciji proizvodnje vijesti u televizijskim i novinskim kućama godinama su koegzistirala dva modela – germanski i anglosaksonski. Današnje televizijske i novinske kuće reorganiziraju svoje radne procese i gotovo sve prelaze na načelo rada u sustavu deska, tj. cjelokupni radni proces organiziran je oko deska, središnjeg mjesta prikupljanja svih vrsta informacija (od informacija koje pristižu faksom ili internetom, snimki ekipa s terena do vijesti koje mobitelom ili internetom šalju građani). Promjene u medijskom prostoru, prisilile su redakcije da idu preko integriranja proizvodnje za različite platforme. U tekstu se, uz precizna stručna objašnjenja kako desk u televizijskoj redakciji funkcionira, razrađuju primjeri organizacije (case studies) u sustavu organizacije na načelu deska. Zaključak jest kako danas gotovo sve medijske kuće nastoje proizvoditi sadržaj za više platformi, što im je nametnulo potrebu organiziranja središnjeg deska i zajedničke redakcije koja u takvom sustavu djeluje.

**Ključne riječi:** informativni program, televizija, desk, organizacija informativnog programa, integrirana redakcija.

---

\* Autorica Tena Perišin je doktorica znanosti i urednica na Hrvatskoj televiziji, a autorica Gordana Škaljac je urednica na Hrvatskoj televiziji

## Uvod

Televizija i televizijski programi danas prolaze kritično razdoblje. Donedavno definirana kao naš glavni „prozor u svijet“ i najrasprostranjeniji i najutjecajniji medij masovne komunikacije<sup>1</sup>, danas prolazi kroz kritično razdoblje. Televizijski programi više se ne emitiraju samo preko televizora, tehničkog uređaja čiji je dio bila katodna cijev. Danas televizijske programe gledamo preko plazmi, LCD monitora, naših računala, mobitela, iPoda. Naše omiljene programe danas možemo gledati bilo gdje i bilo kada. Nove tehnologije stvorile su nove oblike izražavanja slikom, a medijske kuće uključile su se u proizvodnju sadržaja za nove medije, nove platforme i kanale. Kada je riječ o televiziji, digitalizacija je omogućila proizvodnju više sadržaja s manje ljudi i manje resursa, a digitalizacija emitiranja znači mogućnost emitiranja programa na više kanala. Pitanje je može li se o televiziji danas govoriti kao o klasičnome mediju. Danas rijetko koja televizijska kuća proizvodi samo televizijski program (već su tu i videoprilozi na internetskim stranicama, „streaming“ televizijskog programa na internetu, posebno dizajnirani programi za mobitele itd.). Pitanje u kojem je smislu televizija novi medij nameće i potrebu za redefiniranjem televizije kao medija.<sup>2</sup> Promjene u tehnologiji, te prožimanje različitih medija u proizvodnji sadržaja, nameću i nove načine organizacije medijskih kuća. Televizijskim kućama danas nisu suparnici samo druge televizije nego i novinske kuće koje proizvode videopriloze. U vremenu kada sve više čitatelja prati novine na internetu, novinske kuće doslovno su prisiljene na promjene, a „konvergentno novinarstvo“ činilo se kao izlaz. Kada je riječ o televizijskoj proizvodnji vijesti, digitalizacija je omogućila proizvodnju više sadržaja na više kanala, a također veće mogućnosti križanja medija (*cross-media*) u proizvodnji sadržaja. Stoga kada se u ovom kontekstu govori o konvergenciji medija, treba imati na umu da ona nije samo fraza koja označava tehnološke mogućnosti, nego proces koji nameće svoja pravila. „Konvergencija je ono što se događa u redakciji u kojoj uredništvo radi na zajedničkom zadatku da proizvede mnoštvo proizvoda za mnoštvo platformi kako bi se dosegla masovna publika s interaktivnim sadržajem na 24/7 osnovi. Sve ostalo nije konvergencijsko

---

<sup>1</sup> *Leksikon radija i televizije (izdanje u povodu 80 godina HR-a i 50 godina HTV-a)*, Masmedia i HRT, Zagreb, 2006., str. 446.

<sup>2</sup> Car, Viktorija: *Digital Television in Croatia: Is Television Becoming a New Media?*, Medijska istraživanja, broj 2, 2007.

novinarstvo.“<sup>3</sup> To znači da televizijske redakcije u punom smislu postaju multimedijske, a proces proizvodnje vijesti neprekinuti je proces 24 sata na dan, 7 dana na tjedan. Takav proces održiv je samo u organizaciji koja može premostiti prepreke koje su postojale unutar organizacije, a koje su sprečavale protok ideja, razmišljanja i djelovanja. U ovome radu, namjera je preispitati može li klasični model organizacije, temeljen na središnjem desku prikupljanja vijesti (*newsgathering*), postati model za organizaciju novog doba, pogotovo kada je riječ o složenim organizacijskim cjelinama kao što je Hrvatska radiotelevizija.

## Organizacija informativnog programa

U svakoj televizijskoj kući, informativni program ima posebnu važnost. Za televizijske kuće to je zakonska obaveza i dokaz njihove društvene odgovornosti. Proklamirana neovisnost i nepristranost programa televizijskih vijesti trebala bi biti karakteristika demokratskih društava.<sup>4</sup> A kada je riječ o javnoj televiziji, informativni program ima ključnu ulogu u ispunjavanju javne funkcije televizije. Stoga ga i Fiske naziva „žanrom visokog statusa“.<sup>5</sup>

U Hrvatskoj prema Zakonu o elektroničkim medijima, „nakladnik radija i televizije na državnoj i regionalnoj razini mora dnevno objavljivati informativni program u trajanju od najmanje 30 minuta, u kojem najmanje jednu informativnu emisiju u trajanju od najmanje 20 minuta“.<sup>6</sup> Informativni program, tj. program o dnevnim zbivanjima i aktualnostima, okosnica je televizijskog programa. Informativni program središnji je dio ukupne televizijske proizvodnje, pa su i središnje informativne emisije u programskoj shemi smještene u *prime time* program, tj. u večernji, obično najgledaniji dio programa. Većina televizijskih kuća u svijetu na dan emitira 3 do 4 dnevnika – jutarnji, podnevni, središnji večernji i kasnovečernji.<sup>7</sup>

Poznata su dva modela organizacije informativnog programa:

---

<sup>3</sup> Pryor, L.: *Email intervjui*, 2. August 2004, in Quinn, Stephen: *Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting*, Peter Lang Publishing, Inc. New York., 2005, str.8.

<sup>4</sup> Perišin, Tena: *Televizijske vijesti*, Medianali, br.3, 2008., str. 99-129.

<sup>5</sup> Fiske, John: *Television Culture*, Routledge, London and New York, 2002.

<sup>6</sup> *Zakon o elektroničkim medijima*, NN 122/03.

<sup>7</sup> Matković, Damir: *Televizija igračka našeg stoljeća*, AGM, Zagreb, 1995., str. 87-88.

1. Angloamerički (anglosaksonski) – koji se razvio iz sustava u kojem je postojalo središnje mjesto „desk“, u koji su se slijevale sve informacije i dodjeljivali zadaci (*assignment desk*). U složenom procesu kakav postoji u današnjim redakcijama, radni procesi u redakciji podijeljeni su na prikupljanje vijesti (*newsgathering*) i proizvodnju sadržaja. Središnja točka upravljanja procesima prikupljanja vijesti jest desk. Desk je vrsta prvoga *gatekeepera*, to urednici deska rade prvi odabir vijesti. Danas je to središnja točka prikupljanja informacija koje dolaze različitim načinima i u različitim formatima. Na istome mjestu moguć je nadzor svih obavijesti, ali također audio i videomaterijala koji su prikupljeni, planiranje novinarskih zadataka i upućivanje ekipa na snimanje. U takvu sustavu organizacije postoji stroga podjela poslova na urednike emisija (*producers, program editors*) i urednike deska (*assignment editors*), pa se u tom kontekstu, govori također o urednicima „outputa“ i urednicima „inputa“. Kada je riječ o organizaciji prostora, svi novinari i urednici koji rade na proizvodnji dnevno-informativnih emisija i prostorno su okupljeni, pa se u engleskom jeziku za redakciju dnevno-informativnog programa uobičajio naziv *Newsroom* ili *Newsdesk*, koji u ovom slučaju pretpostavlja cjelokupnu redakciju, tj. širi pojam od „deska“ kao koordinacijske točke prikupljanja vijesti i planiranja zadataka.
2. Germanski – podjela na redakcije (unutarnja politika, vanjska politika, gospodarstvo, kultura, znanost itd.), koji su i fizički odvojeni po posebnim prostorijama; takva vrsta organizacije ima porijeklo u organizaciji novinskih redakcija koje su bile podijeljene prema rubrikama.<sup>8</sup> Prema rubrikama su bile podijeljene i stranice novina. Naime, i u organizaciji dnevnog lista postoje dva bitna načina, i to su: desk sustav i rubrična organizacija. Iako je na našim prostorima u novinskim kućama bilo pokušaja primjene desk sustava, potpuni pravi desk rijetko je tko primjenjivao, prevladavala je rubrična organizacija.<sup>9</sup>

Postoji i mješoviti model koji je primjenljiv u većim sustavima, u kojima postoji središnje mjesto prikupljanja informacija i planiranja zadataka te funkcioniranje cjelokupne dnevno-informativne redakcije kao

<sup>8</sup> *Leksikon radija i televizije (izdanje u povodu 80 godina HR-a i 50 godina HTV-a)*, Masmedia i HRT, Zagreb, 2006., str. 467.

<sup>9</sup> Malović, Stjepan: *Novine*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2003., str. 118.

*Newsdeska*, ali s time da i dalje postoje redakcije ili skupine specijaliziranih novinara sa svojim urednicima ili voditeljima skupina. Klasična organizacija Informativnog programa Hrvatskoj radija i Hrvatske televizije utemeljena je na podjeli na redakcije. Naime, termin „desk“ godinama je pogrešno korišten, te je podrazumijevao redakciju u kojoj su se organizacijski nalazili redaktori i novinari koji su uređivali emisije, a nisu odlučivali o tome što će se snimati. Ta je odluka bila prepuštena specijaliziranim redakcijama i njihovim urednicima, koji su na kolegiju davali svoju ponudu. U posljednjih nekoliko godina, na Hrvatskoj televiziji bilo je nekoliko pokušaja da se ustanovi desk u prvom redu kao desk planiranja, te središta prikupljanja informacija. Međutim, da bi takav proces zaživio, trebalo je prilagoditi cjelokupnu organizaciju.<sup>10</sup> Tijekom primjene digitalne proizvodnje vijesti u mnogim segmentima promijenjen je radni proces i stvoreni su uvjeti da i desk preuzme svoju pravu funkciju. Neka iskustva i prijedlozi vezani za organizaciju rada opisani u projektu digitalizacije Informativnog programa HTV-a<sup>11</sup> našla su primjenu na flamanskoj javnoj televiziji (VRT), što su voditelji projekta VRT-a istaknuli na seminaru za članice EBU-a koji je održan 2007. pod nazivom „VRT: Integrated Newsroom“<sup>12</sup>. Smetnja korjenitim promjenama na HTV-u bile su učestale promjene u upravljačkoj strukturi, nepripremljena srednja upravljačka struktura, ali i dugogodišnje krivo poimanje deska kao redakcije, a ne procesa, što umnogome otežava primjenu drugačije organizacije.

## Organizacija rada u desku – angloamerički model

### Što je desk u proizvodnji televizijskog informativnog programa?

Desk je središnje mjesto u novinarskoj redakciji, centar prikupljanja informacija, planiranja zadataka i upravljanja ekipama na terenu. U televizijskoj redakciji dnevno-informativnog programa čine ga urednici

---

<sup>10</sup> Perišin, Tena i sur.: *Glavni projekt Newsroom HTV-a*, 2005., interni dokument

<sup>11</sup> Perišin, Tena i sur.: *Glavni projekt Newsroom HTV-a*, 2005., interni dokument

<sup>12</sup> EBU Seminar: *VRT: Integrated Newsroom*, Bruxelles, 12 i 14. prosinca 2007.,

[http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT\\_prog\\_tcm6-54359.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT_prog_tcm6-54359.pdf)

deska, koordinatori planiranja, organizatori itd. Urednici deska upravljaju ekipama na terenu, odgovorni su za snimanje svih događaja koji imaju informativnu vrijednost te izravno ili na radnim operativnim sastancima, koordiniraju s urednicima emisija (*outputa*) tko što radi i za koga radi.<sup>13</sup> Urednici deska u svakome trenutku znaju tko i što radi, te kako postupiti u slučaju izvanrednih vijesti.

## Organizacija redakcije u sustavu deska

Koliki je desk i kako je organiziran, ovisi o veličini televizijske kuće, odnosno njezinog informativnog programa. Čak i male lokalne televizijske američke televizijske postaje imaju obavezno *assignment desk*, a redakcija u kojoj su svi djelatnici uključeni u proces rada, smješteni su u jedan prostor. *Newsroom* u ovom slučaju predstavlja i organizacijsku cjelinu.

U tom anglosaksonskom modelu oduvijek je postojala ključna podjela na dvije skupine djelatnika, u jednoj su okupljeni svi koji rade na prikupljanju informacija (INPUT), a drugi za njihovu proizvodnju i prezentaciju (OUTPUT) – vidi tablicu 1.<sup>14</sup>

Tablica 1.

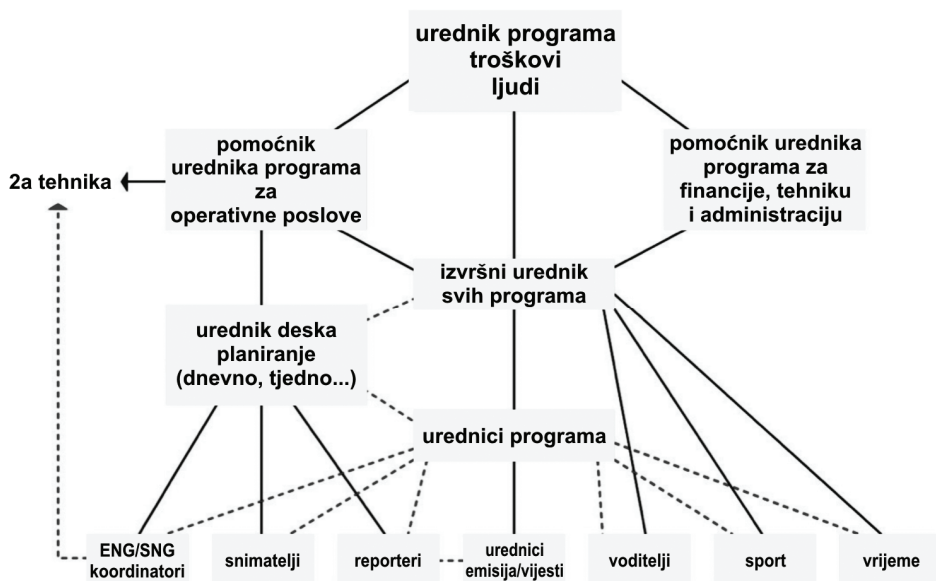
INPUT	OUTPUT
Urednici deska	Urednici programa
Novinari i dopisnici	Urednici emisija
Organizatori	Voditelji
Snimateljske ekipe	Redatelji/realizatori
Tehničke ekipe	Grafički dizajneri
Tajnice redakcija	Arhiva
Dnevni planeri	Snimatelji u studiju i drugo tehničko osoblje
Koordinatori prihvata dopisničkih i agencijskih AV materijala	Montažeri

Organizacija u sustavu deska je složena i obuhvaća velik broj ljudi, koji moraju raditi jedni s drugima. Hijerarhija je nužna, ali je razgraničen

<sup>13</sup> *Leksikon radija i televizije (izdanje u povodu 80 godina HR-a i 50 godina HTV-a)*, Masmedia i HRT, Zagreb, 2006., str. 76-77.

<sup>14</sup> Yorke, Ivor: *Television News*, Focal Press, Oxford, Velika Britanija, 2001., str. 29

posao urednika deska (inputa) i urednika programa i emisija (output), što zorno pokazuje i shema organizacije u srednje velikoj televizijskoj postaji u Sjedinjenim Državama:<sup>15</sup>



Grafički prikaz 1. Primjer hijerarhijske organizacije u srednje velikoj televizijskoj kući u SAD-u

Desk kao središnje mjesto prikupljanja vijesti točka je koordinacije svih radnih procesa u proizvodnji informativnog programa. Možemo ga nazvati i središnjim mjestom upravljanja televizijskom proizvodnjom. Desk je prije svega proces proizvodnje vijesti koji je organiziran tako da se u svakom trenutku zna tko što radi, gdje radi, kako radi i za koga radi. O uspješnom funkcioniranju deska ovisi rad cjelokupne redakcije.

Da bi desk dobro funkcionirao, nužni su radni operativni sastanci s urednicima emisija i dobro ih je održavati uvijek u isto vrijeme. Na kraju radnog dana potrebno je održati kratki sastanak o onome što se očekuje sutra – što su sutrašnji očekivani događaji, koje se priče od danas mogu pratiti i sutra, koje priče s popisa onih koje treba pratiti možemo raditi sutra te koje priče dolaze u obzir za bilo koje vrijeme.

<sup>15</sup> Cremer F., Charles, Keirstead O. Phillip i Yoakam D. Richard: *ENG Television News*, str. 253.



## Od jutra do večeri

Na temelju dnevnog rasporeda rada u američkim televizijskim kućama različitih veličina<sup>16</sup>, pokušali smo napraviti simulaciju jednog radnog dana u većoj televizijskoj kući koja emitira jutarnje vijesti u 7.30 sati, podnevne u 12 sati, popodnevne u 17 sati, večernje u 19.30 sati i kasnovečernje u 23 sata.

### *6 sati ujutro*

Dežurni jutarnji novinar dolazi i pregledava agencijske vijesti, zove policiju, hitnu i vatrogasce, pregledava najvažnije vijesti iz zadnjih večernjih vijesti.

### *7.30 sati ujutro*

Prve jutarnje vijesti se emitiraju.

### *8 sati ujutro*

Dolazi jutarnji urednik deska. Dežurni novinar mu prenosi sve najvažnije informacije dana. Pregledava priče predviđene za taj dan, one koje se prate od ranije i one koje se mogu koristiti uvijek.

### *8.30 sati ujutro*

Dolaze jutarnji urednik vanjske i novinari predviđeni planom za to jutro. Na osnovi jučer utvrđenih događaja koje bi trebalo pratiti i jutrošnjih zbivanja, prvi novinari odlaze na zadatke.

### *9 sati ujutro*

Stižu ostali urednici informativnih emisija toga dana (osim kasnovečernjih). Na prvom jutarnjem kolegiju urednik deska ih obavještava o planu snimanja predviđenom za taj dan i onome što je objavljeno u jutarnjim vijestima. Na ploču se stavljaju predviđena snimanja za taj dan. Sve promjene se također unose u kompjutorski redakcijski sustav u za tu svrhu izrađen obrazac.

Ovaj se plan snimanja, naravno, može i mora mijenjati tijekom dana ovisno o zbivanjima.

### *10 sati ujutro*

Novinari odlaze na zadatke, urednik deska pregledava primljenu i e-mail poštu kao i dnevni tisak. Prvi novinari vraćaju se u redakcije te odlaze montirati priloge za podnevne vijesti.

<sup>16</sup> White, Ray: White, Ray: *TV News: building a career in broadcast journalism*, Focal Press, Stoneham, SAD, 1990.

Prvi kolegij za analizu jučerašnjih emisija.

*12 sati*

Podnevne vijesti se emitiraju.

*12.30 sati*

Prvi radni sastanak na kojem urednici deska, redakcije vanjske politike i dnevnih emisija komentiraju jutarnje i podnevne vijesti te dogovaraju ostatak snimanja za popodnevne vijesti i večernji dnevnik. Zbog važnosti nekih zbivanja koja su se pojavila toga jutra dolazi do nekih promjena (npr. zbog požara u velikom trgovačkom lancu neće se snimiti niti emitirati vijest o promociji neke knjige).

Neki novinari odlaze na snimanja, a neki se vraćaju i odlaze u montažu.

*14 sati*

Pregled snimljenih događaja koji će se emitirati u popodnevnim vijestima. Odlaze jutarnji novinari kućama, a dolaze popodnevni. Popodnevni pregledavaju što se događalo i emitiralo tijekom dana te preuzimaju zadatke.

Dolaze popodnevni urednik deska i vanjske politike i upoznaju se s dnevnim događajima.

*16 sati*

Dolaze dežurni večernji novinar i urednik kasnovečernjih vijesti, koji se upoznaju s

dnevnim događajima i doznaju što se zbiva tijekom večeri.

*17 sati*

Emitiraju se popodnevne vijesti.

*18 sati*

Kratak kolegij za večernji dnevnik kako bi se vidjelo što je novo, kako će se i kada emitirati. Novinari se vraćaju u redakciju. Dežurni večernji novinar odlazi na snimanje.

*19.30 sati*

Emitira se večernji dnevnik.

*20 sati*

Popodnevni novinari odlaze kući. Dežurni večernji novinar vraća se u redakciju, gdje ostaje do ponoći zajedno s popodnevnim urednicima vanjske politike i deska, te urednikom kasnovečernjih vijesti.

*21 sat*

Popodnevni urednik deska pregledava najavljene priče za sutra te one koje bi trebalo pratiti kako se sutra ne bi zaboravile, stalno provjerava priljev novih obavijesti i agencijskih vijesti.

*22 sata*

Pregled vijesti za emitiranje u 23 sata.

*23 sata*

Emitiraju se kasnovečernje vijesti.

## Utjecaj novih tehnologija i medija na desk

Redakcija i desk znatno su se promijenili u posljednjih pedesetak godina. Kompjutori su zamijenili pisaće strojeve, male i lagane kamere zamijenile su velike i teške, digitalne montaže analogne. Nekada se do informacija dolazilo samo iz pouzdanih izvora, telefonskim razgovorima, sastancima, čitajući novine. Danas je situacija potpuno drugačija. Postoje mnogi izvori primanja informacija, od klasičnih izvora novinskih agencija, ali i PR agencija, koje redakcije bombardiraju priopćenjima, do interneta, blogova, You Tubea.

Novinari danas nisu vezani za svoj stol u redakciji nego posjeduju mobilne telefone i prenosive kompjutore, kompjutorizirani desk. Digitalizacija proizvodnje vijesti podrazumijeva objedinjavanje cjelokupnoga proizvodnog lanca – od snimanja i prikupljanja programskog materijala, preko obrade i uređivanja, digitaliziranog upravljanja sadržajima do pripreme za digitalno emitiranje programa.<sup>17</sup>

Kao što sama riječ „desk“ kaže, nekad su sve informacije dolazile na stol, tako danas sve vijesti, audio i videomaterijali dolaze u jedan kompjutorski sustav, u jedan server u koji stane stotine sati snimki i fileova. Stoga se danas u procesu deska mora voditi računa ne samo o materijalima pristiglim na „stol“, nego o svemu što je pohranjeno na serveru za spremanje audio i videomaterijala. Na BBC-iju u Londonu, gdje na server pristižu svake sekunde nove snimke iz različitih izvora, taj dio redakcije naziva se „Mediadrom“, kako bi se opisao proces u kojem sve

<sup>17</sup> *Leksikon radija i televizije (izdanje u povodu 80 godina HR-a i 50 godina HTV-a)*, Masmedia i HRT, Zagreb, 2006., str. 80.

vrste informacija stižu na jednu „pistu“, proces koji, upravo kao i zračna luka, ima svoje „kontrolore leta“, u ovom slučaju, urednike i koordinatore. U projektu digitalizacije na Hrvatskoj televiziji, koji je uključivao i neke promjene u organizaciji procesa rada, koristi se i riječ „Media desk“ koja podrazumijeva mjesto na kojem su okupljeni svi koji rade na prikupljanju svih vrsta vijesti, audio i videomaterijala pohranjenih na središnjem serveru. Iako je pozitivni primjer HTV-ov „Media deska“ i u EBU-ovim edukacijskim DVD-u, nije do kraja ispunio svrhu jer promjene u procesu rada koju je donijela digitalizacija, nisu pratile i promjene u organizaciji televizijske kuće, pa su mnoge pozitivne procese ometale brane između redakcija, odjela, organizacijskih jedinica.

Digitalizacija je promijenila način kako se proizvode vijesti, internet je promijenio način na koji korisnici primaju vijesti. Digitalna tehnologija je jeftinija, oprema je manja i lakša, što omogućuje i građanima da se njome koriste za proizvodnju vijesti. U posljednje vrijeme sve se više govori i o „građanskom novinarstvu“, što je dosta nezgrapnan hrvatski prijevod za „user generated content“. U praksi i literaturi već se uobičajila kratica UGC kada se govori o sadržajima koje su poslali korisnici. Na hrvatskom RTL-u upotrebljava se naziv „Vaše vijesti“. Građani snimaju kamerama, mobitelima, iPod-ima, šalju internetom svoje snimke i tekstove, izvještavaju redakcije o svemu što im se čini zanimljivima, a redakcije izabiru materijal koji će objaviti. To je samo mali segment onoga što suvremena tehnologija omogućuje. Tako npr. Paul Bradshaw govori o novom načinu prikupljanja vijesti koje suvremene redakcije ne mogu zanemariti, a naziva ga „pasivno-agresivnim“,<sup>18</sup> pri čemu pod pasivnim misli na razne RSS „feedove“ (RSS je tehnologija koja omogućuje jednostavan način za automatsko preuzimanje informacija s internetskih stranica) u koje ubraja razne blog i web feedove, Twitter (web za socijalno umrežavanje i „mikroblogging“ na kojem korisnici mogu ostavljati kratke tekstualne poruke), Facebook, Flickr, itd., a pod agresivnim misli na njihov socijalni ekvivalent.

Zbog načina prikupljanja informacija koje danas pristižu iz mnogih izvora, te zbog centralizacije materijala kojima se raspolaže (jer u digitalnom sustavu proizvodnje vijesti na jednome mjestu nalazi se sav materijal i svatko se njime može koristiti), logičnim se čini da se i planiranje

---

<sup>18</sup> Bradshaw, Paul: *RSS+social media="Passive-aggressive newsgathering" (A model for the 21st century newsroom pt2(appendum): Distributed journalism)* on [www.onlinejournalisamblog.com](http://www.onlinejournalisamblog.com).

i prikupljanje materijala mora centralizirati.<sup>19</sup> I u samim redakcijama dogodile su se velike promjene što se tiče opisa poslova. Novinar obavlja više poslova. On je danas i snimatelj i montažer, i asistent i realizator. Emma Hemmingway istražujući proces rada u redakciji koja primjenjuje PDP (personal digital production), analizira na koji način djelatnici sami mogu upravljati promjenama koje donosi tehnologija i koristiti ih za bolje novinarstvo, a ne samo za smanjenje troškova.<sup>20</sup>

Kada je riječ o konvergenciji medija koja se pojavila ukorak s digitalizacijom, u redakcijskoj praksi to znači:

1. jedan novinar obrađuje istu informaciju za različite medije
2. svi koriste isti sadržaj, ali ga obrađuje na različite načine (ovisno o mediju).

Konvergencija na području elektroničkih medija znači da se televizijski, radijski i internetski proizvodni resursi spajaju, pa se umjesto konvergirana redakcija, češće govori o integriranoj redakciji (*integrated newsroom*), a također o integriranom desku.

Zbog različitog poimanja značenja konvergencije, teško je utvrditi što se primjenjuje u televizijskim redakcijama u svijetu. U SAD-u, prema dva istraživanja, između 80 i 90 posto lokalnih TV postaja koristi se nekim oblikom konvergencije, više od 96% lokalnih TV postaja proizvodi i vijesti za Web.<sup>21</sup> Za proces rada u takvim redakcijama uobičajio se pojam „cross media“ što bismo na hrvatskom mogli prevesti kao „ukrižavanje medija“. Na taj način funkcioniraju mnoge moderne televizijske kuće. Neke su integrirale cjelokupne procese proizvodnje vijesti i istodobno proizvode programe na više platformi („multi-platform production“), a neke su se za sada ograničile na centralizirani desk planiranja i prikupljanja vijesti i informacija, o čemu se govori i kao „integriranom desku“.

Kada je prije otprilike godinu dana počeo djelovati integrirani newsroom na BBC-u Peter Horrocks, ravnatelj Multimedia Newsrooma BBC-a rekao je da je to djelomično bilo zbog smanjenja troškova, a djelomično kao odgovor na nove načine dobivanja vijesti.<sup>22</sup> Taj novi

<sup>19</sup> T. Perišin: *Prijedlog organizacije Dnevne redakcije Informativnog programa HTV-a*, 2005. , interni dokument.

<sup>20</sup> Hemmingway, Emma: *Into the Newsroom*, Routledge, London and New York, 2008., str. 29.

<sup>21</sup> Smith, Laura K.&Tanner, Andrea H.&Duhe, Sonya Forte: *Convergence concerns in local television: conflicting views from the newsroom*, www. entrepreneur.com, prosinac 2007.

<sup>22</sup> www.reporter.net, September 12, 2008.

integrirani newsroom organiziran je ovako: postoji centralizirani Media Wire desk koji prati sve audio i video *feedove* (input and output); tu je i centralizirani desk planiranja i prikupljanja informacija (*assignment desk*), koji prati sve događaje. Različite medije i obradu istih sadržaja za te medije koordinira «multimedijски urednik». Svaki desk ima i *web conversion urednika* (*producenta*), odgovornog za prilagodbu drugim medijima vijesti koje su prvotno proizvedene za online platformu.<sup>23</sup>

## Case Study: CNN

Zanimljiv primjer za tipičnu organizaciju funkcioniranja *Newsdeska* je primjer CNN-a. Za razliku od ostalih navedenih primjera, gdje je riječ o javnim televizijama u Europi, ovdje je riječ o privatnoj komercijalnoj televiziji. S godinama se CNN proširio i danas je riječ o televizijskoj mreži koja okuplja veći broj kablovskih i satelitskih televizijskih mreža, nekoliko internetskih stranica, CNN Pipeline - internetska televizijska mreža, specijaliziranih zatvorenih mreža (npr. CNN Airport Network) i dvije radijske mreže. CNN ima 42 ureda, oko 900 pridruženih lokalnih televizijskih postaja, nekoliko regionalnih mreža i nekoliko mreža na stranim jezicima diljem svijeta.

## Organizacija

CNN-ova centrala je u Atlanti, odakle se koordinira prikupljanje vijesti iz svijeta.

Riječ je o pet različitih deskova kamo pristižu informacije:

1. Superdesk
2. Nacionalni desk (koji obuhvaća The Bureau Desk, The Affiliate Desk, The Futures Desk i WiresCNN)
3. Internacionalni desk

---

<sup>23</sup> Lo, Caroly: *UK: BBC News completes first step in integrated newsroom*, [www.editorsweblog.com](http://www.editorsweblog.com), 29. travnja 2008.

4. CNN izvori informacija (CNN Newssource)
5. Satelitski timovi.<sup>24</sup>

### **Superdesk**

Superdesk je u Atlanti, a čine ga predstavnici svake od CNN-ovih mreža, CNN Internationala, CNN Newssource, CNN en Espanol, CNN Radio, Nacionalnog i Internacionalnog deska. Na taj način omogućena je 24-satna podjela informacija i koordiniranje pokrivanja događanja.

Superdesk je glavni menadžment CNN-ova newsrooma. Njegova osnovna zadaća jest mudrije, brže i koordiniranije pokrivati događaje. Šef superdeska dodjeljuje zadatke svojim urednicima deska, a oni pomažu i svojim ekipama na terenu u realizaciji priče.

### **Nacionalni desk**

Nacionalni desk je također u Atlanti i glavni je centar za prikupljanje informacija i vijesti u SAD-u i Kanadi. Riječ je o skupini izvršnih direktora, menadžera i urednika koji su odgovorni za prikupljanje informacija i video sadržaja i upravljanje njima. Nacionalni desk radi 24 sata na dan 7 dana u tjednu. U vremenu od 7 do 23 sata u Nacionalnom desku može se naći i do 25 urednika i koordinatora u isto vrijeme. Osnovna zadaća im je naći nadasve zanimljive priče, točne informacije i dobru sliku za sve CNN-ove mreže. Nacionalni desk obavještava sve nacionalne mreže i newsroom-ove u slučaju izvanrednih vijesti. Ujedno služi kao središnji desk koji okuplja i The Bureau Desk, The Affiliate Desk, The Futures Desk i WiresCNN.

- The Bureau Desk

Bureau Desk kontrolira pokrivenost svih CNN-ovih prikupljiivača informacija u CNN Centru u Atlanti. To uključuje pokrivenost 4 područja – medicina, znanost i tehnologija, zabava i politika – kao i pokrivenost svih domaćih ureda. Svi CNN-ovi uredi u SAD-u imaju vlastiti desk. Ured je zapravo redakcija ili televizijski centar s opremom i ljudima koji rade na prikupljanju i proizvodnji vijesti. CNN-ovi uredi razlikuju se i po veličini. Npr., ured CNN-a u Chicagu imamo samo nekoliko ljudi, dok u Washingtonu rade stotine ljudi. Neki uredi su specijalizirani za pojedina

---

<sup>24</sup> CNN *International Professional Programe*, 2007.

područja. Npr. specijalnost Los Angelesa je zabavni program, a Miamija uragani.

- The Affiliate Desk

Taj desk koordinira vijesti koje se prikupljaju od mnogih pridruženih postaja u SAD-u i Kanadi, te s CNN Newssourceom koordinira razne usluge za te pridružene postaje (npr. razmjena videosadržaja i tekstova između pripojenih stanica). Svatko tko radi u Affiliate Desku, zadužen je za određeno zemljopisno područje u SAD-u i Kanadi. Oko 80% najvećih, kao i najboljih deset priča svake godine dolazi upravo ovim putem. Mnoštvo gotovih reportaža također dolazi na ovaj način.

- The Futures Desk

Taj desk blisko surađuje s onima koji prikupljanju domaće informacije, drugim CNN-ovim mrežama i servisima kako bi mogli planirati i pripremiti priče. Planovi se rade za događanja sljedećeg dana, tjedna i dugoročno. The Bureau Desk predlaže priče The Futures Desku. Kada je riječ o dugoročnom planiranju, to se prije svega odnosi na pokrivanje događaja kao što su politički izbori, konvencije političkih stranaka ili smrt značajne javne ličnosti koja se može očekivati u skoro vrijeme. Pri tome treba voditi računa o izradi detaljnog plana za pokrivanje takvog događaja, logističko pokrivanje u sljedećem razdoblju kao i ljudi koji bi to mogli odraditi.

- WiresCNN

Taj servis je zadužen za preradu CNN-ovih reportaža i njihove prerađivanje u kratke, flash vijesti kojima se onda mogu koristiti sve CNN-ove mreže i servisi, uključujući CNN.com.

Kada se emitiraju izvanredne vijesti (*breaking news*) s područja koja nisu pokrivena uredima, osoblje WiresCNN-a telefonskim porukama izvještava gledatelje o zbivanjima.

### **Internacionalni desk**

Internacionalni desk je odgovoran za prikupljanje svih informacija izvan SAD-a i Kanade. Taj desk organizira i putovanja svojih novinara i ekipa. U slučaju potrebe, može u svakom trenutku angažirati i iskusne međunarodne reportere slobodnjake, te zatražiti usluge televizijskih postaja u cijelome svijetu s kojima je CNN ugovorno povezan.



### **CNN Newsource i CNN Newsource Sales**

CNN Newsource je najrašireniji i najveći svjetski servis vijesti, koji ima svoje pretplatnike, a obuhvaća stotine pridruženih lokalnih proizvođača vijesti i televizijskih postaja diljem svijeta. CNN Newsource osigurava CNN pokrivanjem lokalnih vijesti i dio je CNN-ova sustava prikupljanja informacija.

Uz takvu organizaciju prikupljanja vijesti, mora se napomenuti da urednici deska do informacija dolaze na veoma različite načine:

- preko svih deskova
- preko pripojenih pridruženih postaja (koje CNN-u donose 8 od 10 top američkih vijesti u 1999. godini)<sup>25</sup>
- preko 41 ureda na 6 kontinenata i oko 850 pripojenih postaja diljem svijeta (uključujući jedinu američku televizijsku mrežu u Havani na Kubi); ti izvori omogućuju CNN-u da pokriva sva zbivanja gdje god i kad god se ona dogode
- preko svjedoka nekih zbivanja, koji mogu nazvati CNN-ov centralni telefonski broj; svi pozivi se uzimaju ozbiljno te provjeravaju i građane koji šalju svoje snimljene materijale e-mailom, mobitelom itd.(CNN iReport).

### **Case Study: VRT (flamanska javna televizija)**

Organizacija, tehnologija, infrastruktura bile su ključne točke promjena koje je provela javna televizija VRT. Integrirali su svoju redakciju vijesti pod geslom „Zajedno gdje je to moguće, odvojeno gdje je potrebno“.<sup>26</sup> U integriranoj redakciji digitalni sustav obrade vijesti omogućuje dostupnost svih materijala svim novinarima. U prezentaciji „Multi-format input, multi-format output“, Brigitte Vermeersch na konferenciji Digital News Affairs u Bruxellesu, prikazan je model integrirane redakcije VRT-a, u kojem su u zajedničkom prostoru okupljeni nekad razdvojeni novinari radija, televizija, novih medija. Prikupljanje

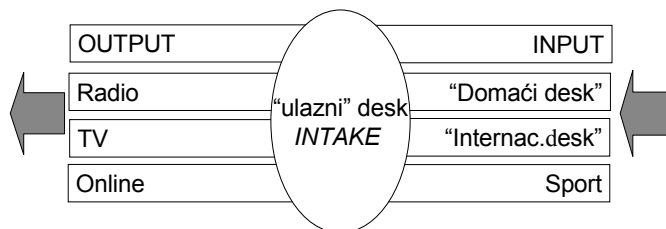
<sup>25</sup> CNN International Professional Programme, 2007.

<sup>26</sup> EBU Seminar: VRT: *Integrated Newsroom*, Bruxelles, 12 i 14. prosinca 2007.,

[http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT\\_prog\\_tcm6-54359.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT_prog_tcm6-54359.pdf)

vijesti je objedinjeno, proizvodnja je prilagođena pojedinim platformama. Njihova vizija integracije ne znači da isti novinar radi prilog za radio, televiziju i online izdanje (osim iznimno). Međutim, moguće je da originalni materijal („sirovinu“) obrađuju dežurni urednici u redakciji za specifične platforme. Slično je organizirana i arhiva koja je potpuno integrirana u takvu informativnu redakciju. Voditeljica projekta digitalizacije proizvodnje vijesti na toj televizijskoj postaji je na konferenciji «Digital News Affairs 2008» u Bruxellesu rekla kako nije riječ o štednji i smanjenju ljudi, što se često misli, nego o potpunoj eksploataciji sadržaja koji se koriste na mnogo više načina.<sup>27</sup>

Bit tako organizirane redakcije jest desk, koji su na VRT-u nazvali *intake desk*. Takav *intake desk* odgovoran je za sve informacije koje ulaze u sustav i koje se, upravo iz tog koordinacijskog središta, procesuiraju u daljnju obradu prema drugim medijima. To je mjesto gdje se susreću „input“ i „output“. Input je odgovoran za prikupljanje informacija, planiranje, pronalaženje ideja. Output je odgovoran za sve emisije. U input spada i ono što su nekad bile klasične redakcije, a danas su specijalizirani novinari okupljeni oko specijaliziranih deskova - deska unutarnje politike, deska vanjske politike, regionalnog deska itd. Input sugerira, daje ponudu, istražuje, planira. Output odlučuje, odabire, komunicira s novinarima kada se vrata sa snimanja (često i prije) kako ne bi bilo „šuma u komunikaciji“.



Grafički prikaz 2. Organizacija redakcije vijesti VRT-a

Ono što je za temu ovog rada najznačajnije, vezano je upravo za desk. Desk VRT-a je ključno mjesto na koje dolaze sve informacije izvana i od samih novinara. *Intake desk* VRT-a funkcionira kao novinska agencija koja je glavni izvor informacija za sva izlazna izdanja VRT-a. Desk je prvi *gatekeeper* u redakciji, prosljeđuje informaciju televizijskim, radijskim i online urednicima. Prva vijest objavljuje se uvijek na internetu koji po

<sup>27</sup> www.deredactie.be/cm/de.redactie

svojoj prirodi nikad nema „konačnu“ verziju, jer interaktivnost medija omogućuje da je dopunjuju i sami korisnici. Vijest se obrađuje za različita izdanja radijskih i televizijskih emisija. A prva vijest na internetu, upotpunjena često i snimkom, upravo „poziva“ gledatelje i slušatelje da čuju ili pogledaju više u izdanjima klasičnih medija.

## Case Study: Njemačka

Za razliku od angloameričkog modela, u germanskom sustavu organizacije nije postojao desk. Njemačke redakcije, čiji je model primjenjivan i na našim prostorima, novi odnosi na tržištu prisilili su na promjene. Najbolji dokaz da se i tamo događaju velike promjene jest činjenica da do prije 12 godina u Njemačkoj nije postojao *Newsdesk*, a sada su pojmovi *Newsdesk* i *Newsroom* općeprihvaćeni.<sup>28</sup> Kako tvrdi prof. dr. Klaus Meier sa Sveučilišta u Darmstadtu, na reorganizaciju od sustava redakcija na sustav deska, medijske kuće bile su prisiljene najviše zbog potrebe da budu konkurentne i da s istim ili manjim brojem ljudi proizvode sadržaje za različite medije. Sve je više novinskih redakcija koje proizvode vijesti ne samo za tiskane medije, nego s video i audiomaterijalima, proizvode također za televiziju, internet, mobilne usluge vijesti.<sup>29</sup>

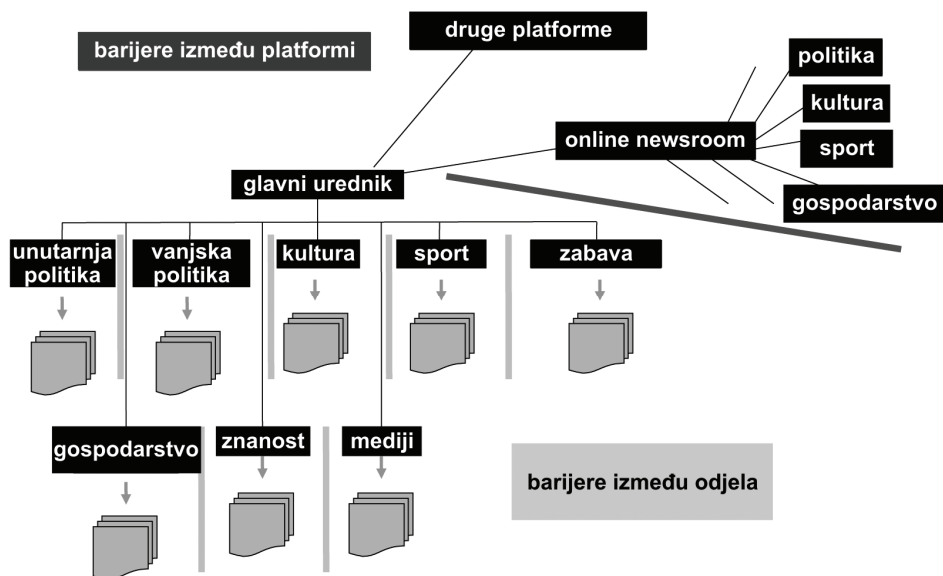
Prepreke na koje se nailazilo u klasičnoj organizaciji germanskog tipa prije svega su bile: podjela na redakcije i organizacijske, prostorne i mentalne prepreke među njima, kao i prepreke između platformi/medija. U prezentaciji pod znakovitim nazivom „Potpuna simbioza ili kraj ozbiljnog novinarstva? Multi-Channel-Cross-Media-Newsrooms in Germany“ prof. Klaus Meier zorno je pokazao promjene koje se događaju u njemačkim redakcijama. Dvije sheme<sup>30</sup> očitito pokazuju razliku između dva tipa organizacije – prve (grafički prikaz 3), koja se temelji na redakcijama i odjelima (department-oriented) i druga (grafički prikaz 4),

<sup>28</sup> prof. dr. Klaus Meier: *prezentacija na panelu «Total Symbiosis or the End of Serious Journalism? The Multi-Channel-Cross-Media-Newsroom»*, na konferenciji «Merging Media, Converging Newsrooms», Luzern, ožujak 7/8, 2008.

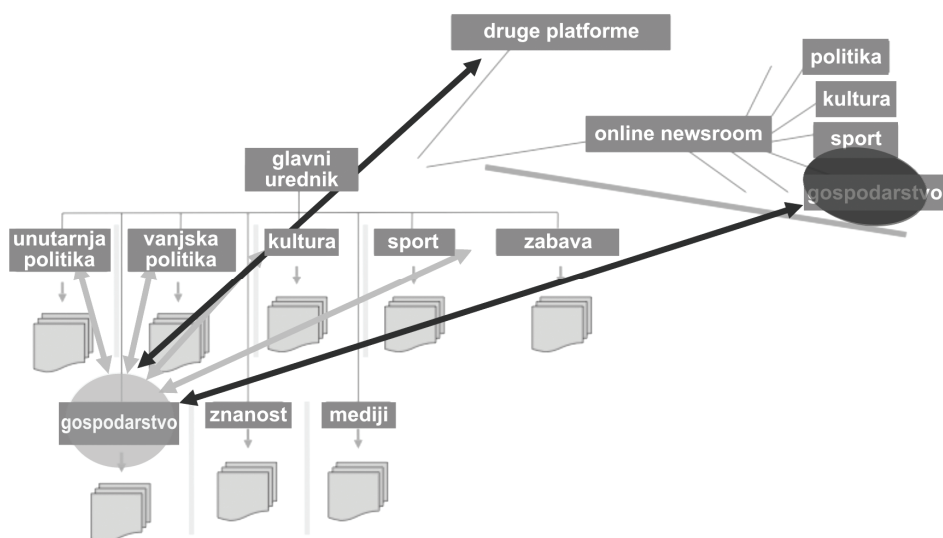
<sup>29</sup> Ifra Special Reports: «Cross-Media Newsrooms in Germany», 07/2007. (vidi: [www.ifra.com](http://www.ifra.com)).

<sup>30</sup> prof. dr. Klaus Meier: «*Total Symbiosis or the End of Serious Journalism? The Multi-Channel-Cross-Media-Newsroom*», prezentacija na konferenciji «Merging Media, Converging Newsrooms», Luzern, ožujak 7/8, 2008.

temeljena na procesu rada (proces oriented) koji se odvija „križanjem“ razmišljanja i djelovanja („cross-platform“, „cross department“).



Grafički prikaz 3. Organizacija s barijerama između platformi i redakcija



Grafički prikaz 4. Organizacija s uklonjenim barijerama između platformi i redakcija

U studenom 2006. godine ustanovljen je integrirani newsroom, koji je objedinjavao troje dnevne novine (Die Welt, Welt Kompakt i Berliner Morgenpost), novine koje su izlazile nedjeljom (Welt am Sonntag) i online medije (welt.de, morgenpost.de i Weltonline TV). Tako objedinjeni oni čine Welt/Morgenpost-group Berlin koji je organiziran kao matična organizacija (multifunkcijski tim koji uz vertikalni ima i horizontalni). Matičnu strukturu čini 70 % horizontalaca i 30 % vertikalaca. Vertikalci su urednici „izdanja“; u slučaju televizije, to bi bili urednici emisija ili skupina emisija (output). Vertikalci osmišljavaju/oblikuju izlazni proizvod i naručuju način obrade događaja. Horizontalci rade za sve medije (novine, tekst i video za nove medije) te obrađuju događaje prema svojim specijalizacijama (domaća politika, vanjska politika, gospodarstvo, kultura sport itd.). Vertikalci i horizontalci u velikom dijelu komuniciraju preko zajedničkog deska, zajedničkog „inputa“.

Iz tih te iz primjera koje su analizirale Birgit Stark i Daniela Kraus<sup>31</sup>, očito je da postoje tri osnovna oblika integrirane redakcije:

1. Puna integracija – i prostorno i infrastrukturno newsdesk je organiziran za multikanalnu proizvodnju u jednoj redakciji, kontrolira se preko središnjeg deska i *workflow managementa*; distribucija je na različitim platformama; novinari su izobraženi za proizvodnju na svim platformama.

2. Cross media – novinari koji rade na različitim platformama i za različite medije okupljeni su u istoj redakciji. Njih povezuje upravo središnji desk i multimedijски koordinatori. Media management upravlja suradnjom i koordinacijom između platformi i medija; novinari ostaju specijalisti za određeni medij, a multiskilling, u smislu da jedan novinar radi za različite medije, iznimka je; integracija se ne smatra strateškom nužnošću nego alatom.

3. Izolirane platforme – suradnja se ne provodi sustavno ni u prikupljanju ni u proizvodnji, pa ni u distribuciji vijesti; prepreke i razlike između online, radija, televizije i tiskanih medija u istoj medijskoj kompaniji izgledaju nesavladive; integriranje se ne vidi kao prikladno sredstvo za poboljšanje kvalitete; suradnja je manje-više slučajna i ovisi o pojedinom novinaru. Dugoročno gledano, ovaj model nije obećavajući, ustvrdile su Stark i Kraus.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Stark, Birgit/Kraus, Daniela: *Crossmediale Strategien überregionaler Tageszeitungen*, u Media Perspektiven br. 6/2008., [www.medienhaus-wien.at](http://www.medienhaus-wien.at)

<sup>32</sup> isto

## Zaključak

Medijska se slika u zadnjih nekoliko godina znatno promijenila. Umjesto novinskih i televizijskih kuća imamo multimedijske kompanije. Jedan od najboljih primjera je Time Warner Inc., koji se bavi filmom, televizijom, izdavanjem novina, internetskim uslugama i telekomunikacijama. Neke od kompanija u sklopu Time Warner Inc. jesu AOL, HBO i CNN. I u Hrvatskoj se događaju slični procesi. Europapress Holding, koji je bio novinsko-izdavačka kuća, transformirao se u multimedijску kompaniju koja obuhvaća izdavanje dnevnih novina i magazina, televizijsku i internetsku produkciju, produkciju i internu distribuciju novinskih i fotosadržaja te vlastitu tiskaru. Danas se na gotovo svim događajima mogu sresti novinari s malim digitalnim kamerama, od kojih većina dolazi iz redakcija internetskih portala ili tiskovina, poput *24 sata*, *Jutarnjeg lista* itd.

I način komuniciranja medija i publike promijenio se te sada i korisnici medijskih usluga sudjeluju u stvaranju vijesti (bilo slanjem vijesti mobitelom, bilo organiziranjem događanja preko blogova itd.). Najveće promjene dogodile su se na području organizacije rada novinarskih redakcija. Tehnologije su omogućile da različiti mediji koriste iste resurse (izvore informacija, materijale, opremu) i da se proizvodi za više platformi. Kao što se vidi na njemačkom primjeru, novinske kuće bile su doslovno prisiljene da se organiziraju drugačije i da objedine proizvodnju različitih izdanja u istoj redakciji te da iskoriste nove medije za proizvodnju novih sadržaja i izdanja. Integriranje redakcije, centralizacija planiranja i prikupljanja informacija pokazala se kao najracionalnija i najefikasnija varijanta. Pri tome, konvergencijsko novinarstvo podrazumijeva veliku educiranost urednika i koordinatora u desku, koji sada više nije klasičan desk kakav smo na početku opisali, nego multimedijски. Važnost priče će diktirati način pokrivanja, broj ljudi koji rade na priči i dubinu do koje će se ići u njezino praćenje. Multimedijски urednici deska će odlučiti koji je najprimjereniji medij za objavljivanje priče. Veliki požar će možda zahtijevati izlazak na teren fotografa, snimatelja, online specijalista, novinara. Rutinsku konferenciju za novinare možda će pokriti jedan novinar za sve platforme.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Quinn, Stephen: *Convergent Journalism: Fundamentals of Multimedia Reporting*, London: Peter Lang, 2005., str. 14.

I naši primjeri potpuno tri različite organizacije pokazuju da klasični „germanski“ način organizacije redakcije definitivno izumire. Odrekli su ga se i sami Nijemci, koji preuzimaju anglosaksonski model. Ovisno o složenosti radnog procesa i izlaznih izdanja, te infrastrukture, mogući su različiti stupnjevi integracije redakcije. Veliki protivnici organizacije u sustavu deska reći će da se u tome sustavu gube specijalisti, svi rade sve. Flamanski model VRT-a, u kojem se zadržavaju specijalisti za pojedina područja i ne forsiraju se novinari da svaki od njih radi sve, pokazuje da je moguće postati efikasan i zadržati kvalitetu. Podaci o gledanosti VRT-a pokazuju da je ta flamanska televizija na prvome mjestu u Belgiji po gledanosti, ispred komercijalnih kanala na flamanskom jeziku. Istodobno, velika su joj konkurencija i nizozemski kanali koji se u Belgiji zbog sličnosti jezika, rado gledaju. Mnogi primjeri pokazuju da se integriranje radnih procesa u jednoj redakciji, uz dobru koordinaciju, može iskoristiti i za to da se kvalitetnije ispuni javna funkcija televizije.

U predstavljanju svoje integrirane redakcije, Brigitte Vermeersch<sup>34</sup> navela je da su projekt „intake deska“ razradili na temelju saznanja koje su dobili od projektnog tima koji je proveo digitalizaciju proizvodnje vijesti na Hrvatskoj televiziji. Nažalost, goleme promjene u procesu rada provedene na HTV-u, nije pratila reorganizacija koja bi omogućila matričnu strukturu kakvu novi procesi traže. Na HRT-u organizacija je još uvijek temeljena na izoliranim redakcijama i izoliranoj proizvodnji za različite medije, i bez obzira na to koliko postojala potreba za suradnjom i koordinacijom, još je dug put do toga. Javnoj televiziji velika prepreka na putu prema integraciji je i postojeći Zakon o HRT-u, koji propisuje da moraju postojati tri organizacijske jedinice sa statusom podružnica: Hrvatski radio, Hrvatska televizija i Glazbena proizvodnja. Promjena Zakona trebala bi nametnuti radikalnu promjenu organizacije jer javnoj televiziji više ne konkuriraju samo komercijalni kanali, nego i nekad novinske, a sada multimedijske kuće, koje nastoje zadržati čitatelje i privući mlađe novim sadržajima. No, Zakon ne priječi formiranje zajedničkog središnjeg deska i integriranje proizvodnje vijesti upravo prema načelu matričnog organiziranja kakvo smo u ovome radu opisali. Konvergencijsko novinarstvo zahtijeva upravo takav desk i multimedijske urednike deska. Bivši direktor Newsplex-a<sup>35</sup> Kerry Northrup ustvrdio je da su upravo urednici deska ključni ljudi u

<sup>34</sup> EBU Seminar: VRT: *Integrated Newsroom*, Bruxelles, 12 i 14. prosinca 2007., [http://www.ebu.ch/CMSImages/en/visitVRT\\_prog\\_tcm6-54359.pdf](http://www.ebu.ch/CMSImages/en/visitVRT_prog_tcm6-54359.pdf)

<sup>35</sup> Newsplex je centar za unapređenje radnog procesa u novinskim redakcijama pri međunarodnoj organizaciji IFRA koja okuplja novinske izdavače iz cijelog svijeta

integriranim redakcijama. Oni moraju imati „mentalni sklop“ oslobođen od samo jednog medija.<sup>36</sup> U slučaju televizije to bi značilo da „breaking news“ ne može biti vijest čija se ekskluziva čuva do središnjeg večernjeg *Dnevnika*, nego se uvjerljivost, vjerodostojnost, relevantnost jedne televizijske kuće postiže u dopunjavanju svojih sadržaja uz pomoć svojih radijskih i online kolega.

## Literatura

Bradshaw, Paul: *RSS+social media=»Passive-aggressive newsgathering» (A model for the 21st century newsroom pt2 (addendum): Distributed journalism)* na [www.onlinejournalismblog.com](http://www.onlinejournalismblog.com)

Car, Viktorija (2007.): *Digital Television in Croatia: Is Television Becoming a New Media?*, Medijska istraživanja br. 2, str. 5-20.

Cremer, Charles F., Keirstead, Phillip O. i Yoakam, Richard D. (1995.): *ENG Television News*, McGraw-Hill Education publisher, New York, SAD (3. izdanje)

EBU Seminar (2007.) :VRT: *Integrated Newsroom*, Bruxelles, [http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT\\_prog\\_tcm6-54359.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/visitVRT_prog_tcm6-54359.pdf)

Fiske, John (2002.): *Television Culture*, Routledge, London and New York

Hemmingway, Emma (2008.): *Into the Newsroom*, Routledge, London and New York

Ifra Special Reports (2007.): *Cross-Media Newsrooms in Germany*, [www.ifra.com](http://www.ifra.com)

*Leksikon radija i televizije (izdanje u povodu 80 godina HR-a i 50 godina HTV-a)*(2006.), Masmedia i HRT, Zagreb

Lo, Caroly (2008.): „UK: BBC News completes first step in integrated newsroom“, na [www.editorsweblog.com](http://www.editorsweblog.com)

Malović, Stjepan (2003.): *Novine*, Sveučilišna knjižara, Zagreb

---

<sup>36</sup> Northorp, Kerry: *New skills needed for today's 'multiple media' stories*, in Bulletin of the Pacific Area Newspaper Publishers' Association, November 2000, str. 32-33.



- Matković, Damir (1995.): *Televizija igračka našeg stoljeća*, AGM, Zagreb
- Meier, Klaus prof. dr. (2008.): „*Total Symbiosis or the End of Serious Journalism? The Multi-Channel-Cross-Media-Newsroom*“, prezentacija na konferenciji «Merging Media, Converging Newsrooms», Luzern, [www.maz.ch](http://www.maz.ch)
- Northorp, Kerry (2000.): *New skills needed for today's 'multiple media' stories*, u Bulletin of the Pacific Area Newspaper Publishers' Association
- Perišin, Tena (2005.): *Projekt HTV Newsroom*, interni dokument
- Perišin, Tena (2005.): *Prijedlog organizacije Dnevne redakcije Informativnog programa HTV-a*, interni dokument
- Perišin, Tena (2008.): *Televizijske vijesti*, Medianali br. 3
- Pryor, L. (2005.): *Email intervjui*, 2. August 2004, in Quinn, Stephen: *Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting*, Peter Lang Publishing, Inc. New York
- Quinn, Stephen (2005.): *Convergent Journalism: Fundamentals of Multimedia Reporting*, London: Peter Lang
- Smith, Laura K., Tanner, Andrea H., Duhe, Sonya Forte (2007.): *Convergence concerns in local television: conflicting views from the newsroom*, na [www.entrepreneur.com](http://www.entrepreneur.com)
- Stark, Birgit, Kraus, Daniela (2008.): *Crossmediale Strategien überregionaler Tageszeitungen*, u *Media Perspektiven* na [www.medienhaus-wien.at](http://www.medienhaus-wien.at)
- White, Ray (1990.): *TV News: building a career in broadcast journalism*, Focal Press, Stoneham, SAD
- Yorke, Ivor (2001.): *Television News*, Focal Press, Oxford, Velika Britanija
- Zakon o elektroničkim medijima (2003.), Narodne novine br. 122

