

Vodič za intervju

Direktorji in ostale poslovodne funkcije

Uvodni nagovor

Sklop 1: Ozadje intervjuvanca

Kako dolgo že delate na [mediju]? Kje ste delali prej, če ste kje drugje?

V katerih vlogah ste do sedaj delali?

Izobrazba?

Lahko opišete tipični delovni dan?

Lahko opišete vaše pristojnosti, odgovornosti in zadolžitve?

Posebnos Večera kot lokalnacionalnega medija. Kako vpetost v lokalno okolje vpliva na poslovanje?

Kakšen je pomen nemedijskih dejavnosti (npr organiziranje dogodkov) za poslovanje medija? Kako pri tem sodelujete z uredništvom?

Sklop 2: Tehnologija na splošno

Katere tehnološke spremembe so v času, v katerem delate kot direktor_ica medija, najbolj vplivale na upravljanje in poslovanje medijev?

Kako se je delo v tem času spremenilo?

Koliko imate možnosti vplivati na to, katere tehnologije uporablja uredništvo? Spodbujate razvoj teh tehnologij?

Kako so tehnološke spremembe v zadnjih letih vplivale na odnos med uredništvom in poslovodnimi organi vašega medija?

So tehnološke spremembe, ki ste jih že do sedaj implementirali v vaše delo, nastopile na pobudo uredništva ali na vašo pobudo/na pobudo poslovodnih organov?

So bile tehnološke spremembe uvedene pretežno zaradi poslovnih razlogov (večanje profitabilnosti, zmanjševanje stroškov dela, itd.) ali pretežno zaradi vsebinskih razlogov (kakovost novinarske dela) ali prepleta obojega? Lahko konkretno opišete ta proces?

Sklop 3: Digitalne platforme

3.1 Spletna socialna omrežja

- Socialna omrežja vse bolj postajajo distributer novic in informacij. Ali menite, da so socialna omrežja konkurent "starim" medijem? Grožnja? Ali predstavljajo, nasprotno, nove priložnosti?
- Imate izdelano poslovno strategijo glede integracije vašega medija in socialnih omrežij?
- Kaj se je dogajalo z naklado/poslušanjem vašega medija v času porasta rabe socialnih omrežij? Če opazate upad prodaje, menite, da je k temu pripomogel porast socialnih omrežij?
- Spremljate ogleda, delitve, lajke itd. na socialnih omrežjih? Ali vrednotite delo novinarjev/uredništva glede na to? Se o tem pogovarjate na sestankih z uredništvom?
- Kako pomembna je pojavnost vašega medija na socialnih omrežjih s poslovnega vidika? Gledate na to kot zgolj stransko obogatitev ali menite, da ta pojavnost predstavlja ključen del tako za javno vidnost vašega medija kot tudi za njegovo dolgoročno poslovno uspešnost?
- Ali spodbujate uporabo strategije za povečanje vidnosti prispevkov na spletnih socialnih omrežjih? Če da, kako?

3.2 Iskalniki (=Google) (tukaj je treba odbrati, katera vprašanja so res pomembna za direktorje/poslovodne funkcije)

Kako pomemben je Google kot vir prometa?

Ali spodbujate uporabo uredniških/novinarskih strategij za povečanje vidnosti prispevkov na Googlu? Ali plačujete Googlu za večjo vidnost vaših vsebin?

Kakšne strukturne spremembe in prilagoditve bo moral v prihodnjih letih izvesti vaš medij v kontekstu prilagoditve monopoliziranemu sistemu distribucije spletnih informacij?

Kako vidite vpliv Googla konkretno na Slovensko medijsko krajino/Slovenski medijski trg (jezikovna specifičnost)?

Sklop 4: Redakcijski sistemi (A JE TO SPLOH PRIMEREN SKLOP VPRAŠANJ ZA DIREKTORJE/POSLOVODNE ORGANE? POMOJE DA NE IN LAKHO TO PRESKOČIMO...)

Kako se je v času, v katerem delate, spreminjal redakcijski sistem?

Katere nove funkcionalnosti je dobil?

- Nove vsebine (primer: na STA "hitra vrstica" torej naslov novice in enopovedni povzetek, ki ga novinarji napišejo takoj ob dogodku)
- Tempo dela (prilagoditev za mobilne naprave, tablice)
- Integracija metrik
- Integracija s spletnimi socialnimi omrežji
- **Vloga spletnih komentarjev/komentarjev na socialnih omrežjih, vprašanje moderacije**

Sklop 5: Metrike

Ali vrednotite delo novinarjev/uredništva glede na rezultate metrik?

Se o tem pogovarjate na sestankih med uredništvom in poslovodnimi organi/na strokovnih svetih?

Ali metrike vplivajo na plačo/možnosti napredovanja/potrditev uredniškega mandata?

Ali spodbujate uporabo strategije za povečanje metrik? Imate glede tega zadane cilje?

Ali menite, da vaš medij (in specifično vaše uredniško delo) glede na rezultate spletnih metrik nagovarja splošno javnost ali specifičen profil publike (če da, kateri)?

Kako rezultati metrik vplivajo na vašo strategijo vodenja podjetja in na vaš dolgoročni poslovodni plan?

Sklop 6: Avtomatizacija (če je sploh relevantno)

Ali menite, da bo avtomatizacija novinarstva (avtomatizirano pisanje, avtomatizirana distribucija novic) v prihodnjih letih predstavljala ključno vlogo pri razvoju novinarstva in medijskega posla?

