



Napredni založniški sistem Računalniških novic

Crossmedia založništvo 2.0

..INTERVJU S TEHNIČNIM UREDNIKOM RAČUNALNIŠKIH NOVIC..

Vse se spreminja – tudi mediji. Kako se spreminjajo Računalniške novice?

Nevtron & Company je založniško podjetje z dovolj dolgo tradicijo (15 let), da lahko govorimo ne samo o trenutnem stanju, temveč tudi napovedujemo, če ne celo ustvarjamo trende na založniškem področju. V središču naše logike je trdno vpeta integracija medijskih kanalov (Crossmedia) in sledenje ljudem, predvsem njihovim navadam. Brezsmiselna je utopija, da bomo založniki naše notranje politike diktirali ljudem, vedno se bomo mi morali prilagajati njim, torej bralcem! Če so danes vsi na Facebooku, bralcev ne bomo iskali samo v kavarnah, temveč se bomo prilagodili. V prilagoditvi je sinergija, ki je opazna takoj – tudi na drugih področjih življenja.

Crossmedia? Sledenje ljudem?

Sliši se strašljivo...

Hehe, po svoje je. Pred časom je bilo dovolj, da si natisnil 100.000 izvodov česarkoli in ljudje so to prebrali, ker alternative ni bilo. Danes tisk umira, ni pa mrtev! Pri Računalniških novicah smo k sreči že leta 2002 predvidevali trend gibanja v to smer, čeprav je bilo stanje čisto drugačno kot danes. Kot sem že omenil – sposobni smo napovedovati trende. O čem govorim? Uredništva po svetu imajo veliko težavo – razkropljenost in »nesmiselno« konkurenco. Namesto da bi bila uredništva razdeljena glede na področja, so poleg tega razdeljena še glede na vrsto (mikro)medija. Tako poznamo spletno uredništvo, radijsko, TV, uredništvo tiska idr. – znotraj iste medijske hiše. Si predstavljate, kakšna zmeda zavlađa, ko pricurlja vroča novica? Kdo bo prej, čigave bodo zasluge, kje bo objava, kdaj ipd.

Kako smo se temu uprli pri Računalniških novicah? 2002 smo se odločili, da naj bo osrednje uredništvo eno – spletna platforma, oziroma CMS sistem (uredniški sistem Računalniških novic). Vse informacije, članki, objave, intervjuji, vse, kar se lahko spomnite, gre v enoten sistem pod okriljem enega urednika. Ta se nato odloča, kaj gre na splet, kaj v revijo, kaj na radio itd.

Kaj torej zmore vaša založniška platforma?

Leta 2008 smo vzpostavili novo različico platforme, ki še bolj prepleta off-line z on-line vsebina-

mi. Prenova je bila pripravljena na podlagi dolgoletnih izkušenj in študij, usklajenih s svetovnimi trendi. Čeprav menim, da premoremo veliko znanja, se zavedam, da je pomoč vedno dobrodošla, celo nujna. Pri razvoju platforme smo namreč k sodelovanju povabili številne zunanje strokovnjake, ki so mojstri na svojih področjih. Za potrebe optimizacije vsebin in platforme smo se na primer obrnili na podjetje RedOrbit, pri uporabniški izkušnji nam je na pomoč priskočilo podjetje E-laborat, glede socialnih medijev pa smo se povezali z Matejem Špeharjem, ki je na Facebooku praktično doma.

Drug vir pozitivnih sprememb je naša politika mladega, izobraženega kolektiva. Seveda ne bo »moj ata« razmišljal o Facebooku, čeprav je morda odličen novinar. Danes moramo slediti ljudem in dobri »sledljivci« so mladi ljudje, polni energije in želje po novem.

Kaj zmore naša založniška platforma? Predvsem je zanimivo dejstvo, da se vsa vsebina pripravlja in upravlja iz ene točke (CMS RN), s čimer smo zmanjšali stroške in čas priprave vsebin ter povečali kontrolo in pregled nad njihovo distribucijo glede na različne medijske kanale.

Vse naše vsebine se seveda smiselno prepletajo tudi z relevantnimi socialnimi mediji kot so Twitter, Facebook, Netlog, Hi5, Myspace. Čeprav smo v tem pogledu daleč pred konkurenco, se pravi preboj na socialne medije šele pripravlja – 2011 bo zanimivo leto tudi za nas.

Precej zanimiva je tudi sistemska integracija, oziroma »izvažanje« novic v interaktivni sistem podjetja GEM, ki naše novice širi na LCD prikazovalnike na ljubljanskih avtobusih (LPP).

Ne gre pa samo za distribucijo vsebine, saj smo ugotovili, da naš CMS tudi olajša postavitev tiskane izdaje. Zaradi standardizacije je moč na času prihraniti tudi do 50 odstotkov. Ne pozabimo niti ogromnega potenciala sledljivosti platforme. V vsakem trenutku vemo, kaj se z vsebino dogaja, kdo jo bere in kje.

Trdim, da smo z našo platformo v samem svetovnem vrhu, tehnološko in uredniško gledano.

Se je ves trud in razvoj izplačal?

Z implementacijo nove platforme smo pri reviji Računalniške novice dosegli status vodilnega medija s področja informacijskih tehnologij. Vso

svojo vsebino med različnimi medijskimi kanali, kot so tisk, splet, RSS, mailing, mobilne vsebine, LPP, radio idr., danes upravljamo iz enotne platforme. S tem prihranimo pri stroških in času. Rezultat, ki smo ga dosegli je ta, da zadnja leta še vedno vztrajno rastemo (vsaj 20 % letno) in to v panogi, ki je sicer v upadu. Tako da – ja, izplačalo se je!



Matjaž Rekič,
Računalniške novice

Kaj predlagate slovenskim založnikom?

Mislím, da je odločilnega pomena, če želimo imeti konkurenčno prednost pred ostalimi, da poleg tiskanega medija pokrivamo tudi ostale medijske kanale in jih na ta način dopolnjujemo ter imamo pregled nad vsemi (bolj centralni pregled). Danes si ne predstavljam založnika, ki bi delal samo na tisku po klasičnem modelu, ali celo ločeno nekaj na spletu in nato še nekaj na mobilni vsebini in imel zato za vsakega svoje uredništvo. To pomeni enostavno podvajanje dela, izguba kontrole nad distribucijo vsebine in seveda slabše konkurenčno izhodišče. Vsekakor se bodo morali založniki počasi zavedati (po mojem mnenju so sicer že malce pozni), da je prihodnost medija ne samo tisk ali splet, ampak prepletanje več kanalov hkrati.

Kje vse je implementirana vaša založniška platforma in ali je na voljo tudi ostalim medijskim hišam?

Za zdaj smo platformo implementirali pri Računalniških novicah, v čakalni vrsti pa jih je še kar nekaj. Tako bo do konca leta 2011 narejena integracija tudi za našo revijo Študent, ostali pa naj za enkrat ostanejo še skrivnost. Kar se pa tiče implementacij v drugih medijskih hišah, bomo v prihodnosti lansirali platformo tudi na tržišče. Za dodatne informacije o tem pa se seveda lahko obrnejo tudi osebno name na e-mail: matjaz.rekic@nevtron.si.